

解读经济密码

UNSCRAMBLE ECONOMY CODE

司马一民◎著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

解读经济密码 / 司马一民著. —杭州：浙江工商
大学出版社，2013.1

ISBN 978-7-81140-692-4

I. ①解… II. ①司… III. ①经济—文集 IV.
①F—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 016439 号

解读经济密码

司马一民 著

责任编辑 郑建 谭娟娟

责任校对 周敏燕

封面设计 王好驰

责任印制 汪俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 杭州杭新印务有限公司

开本 787mm×1092mm 1/16

印张 14.5

字数 292 千

版印次 2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-81140-692-4

定价 30.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

新解
读
PDG



借我一双慧眼(序) >>

前些天遇到一位权威媒体财经记者,他说曾经在我供职的单位短暂的实习过,还得到过那时我刚出的一本经济评论专著。我记不起来,有点尴尬。他问我有没有出新书,再出新书时送一本给他。

因了他这一问,触动了我“回头看”。七八年下来,尽管我的主要工作是编写时政文稿,但仍然时不时地涉猎经济评论,说长道短,不知不觉又积累了几十万字,分类选编,便有了这第三本经济评论集。

很多人都以为我所学专业是经济类的,其实我没有受过系统的经济类高等教育,连半路出家都算不上,只是近二十年来拉拉杂杂不停地读过很多经济学范畴的专著,同时一直浏览很多报刊杂志网络上的经济文论。

遥想当年,我陪孩子去上课外辅导班,坐在教室外面,我沉浸于凯恩斯、萨缪尔森等大师的世界里,其情景恍如昨日,历历在目,而今“鬓已秋”,不觉感叹逝者如斯。

我曾经在给大学新闻专业的同学客串讲课时说过,也许我讲《红楼梦》欣赏、讲《白蛇传》与断桥、河坊街,要比讲经济评论写作,讲得更好。但是这并不妨碍我可以不停地写经济评论,因为我有两个优势:一是思维不受专业背景的框框限制,可以“横看成岭侧成峰”;二是“落地”,观察经济可以脚踏实地,更有无数的机会倾听企业家们所思所想并与他们探讨各种问题。这些文章也可以说是“借我一双慧眼”观察的结果,是“集体智慧的结晶”。从实际出发的思辨、符合经济规律的分析、深入浅出的说理,虽然不是皇皇巨著,却也能使读者心有所动、若有所思。裨益虽小,亦谓之善。古人云,勿以善小而不为。既然如此,结集出版也算一善吧,尽管小了一点。

是为序。

司马一民

2012年12月

目 录 >>

夯实实体经济 001

 先要静下心来 003

 建设公平的市场环境 004

 大力弘扬企业家精神 005

 做实体一定要坚持品质第一 007

 亟需培养大批操作技术人才 008

 金融支持与减税减费 009

 加强市场监管促进健康发展 010

 做大与做强、做优、做精 012

 请给实体企业多一点点时间、多一点点空间 013

 不厌其烦地帮助实体企业用好政策 014

 从一年做三件事到三年做一件事 015

 拒绝暴利诱惑是企业家的重要素质 017

提升中国制造 019

 不拘一格降人才 021

 把发展的立足点放在依靠科技进步上 022

 得悉浙江造车企业已达 30 家喜忧辩 023

 15 家省级企业技术中心被摘牌折射出什么？ 024

 着力提高工业企业投资力度 025

 用工荒将终结“中国制造”的低成本吗？ 027

 以发展高端装备制造业提升“中国制造” 028

聚焦三农问题	031
城市能为农民增收做些什么？	033
素质培训造福农民兄弟	034
再说农产品“卖难”	035
喜看农民钱包“鼓”	036
农村市场空间大	037
多一些经营能人	038
千门万户瞳瞳日	039
莫笑农家腊酒浑	040
提高杭州农产品加工企业集约化程度	041
是否要考虑农民工的长远去向？	043
是城市化还是城镇化？	044
搞活商贸旅游	047
怎样加快连锁经营的发展？	049
也说“家友”换牌	050
平常心看药店关门	052
黄金周旅游者在杭州的人均消费为 300 元	053
鱼羹自从五嫂乞	054
能不能再有个产业预警？	055
零售业资本时代的到来	056
“摩尔”时代或将登陆杭城？	058
仰望火爆的车市的上空	059
提高药品流通的集中度	061
汽车消费亟需寻求一种平衡	062
考量金融资本	065
关键是银行要像个现代企业	067
在“阳光”下进行国有产权交易	069
引导民间资本由投机转向投资	071
东部民间资本请抓住西部大开发机遇	072
引导更多民营资本进入实体经济	074
能学学尤努斯的无抵押贷款吗？	075
国有银行利润飙升与中小企业融资难	077

央企加快重组步伐意味着什么？	128
真的会出现这么多国际大都市吗？	130
中上等收入与 1.28 亿贫困人口	132
放眼世界风云	135
外贸企业的必修课：应对反倾销	137
“蛇”并未“吞象”	139
从全球 500 强排名榜看过来	140
美国第二波房贷违约潮传递的信息	141
现在“莺歌燕舞”是否早了点？	142
国际金融危机尚未见底	144
克鲁格曼的“恢复期”	145
公平贸易在非常时期遭遇国家利益	146
中国女工“巧遇”诺奖得主的联想	147
日本土地泡沫经济破灭并不往事如烟	149
对话财经人物	151
沈关忠：创出特色，还要保持特色	153
宣国明：让员工带着感情服务	155
陶晓莺：从排忧解难到提高生活品质	157
孟敏青：钟情于传统文化与地域文化	159
沈幼强：以和谐文化引领企业发展	161
戴天荣：要敢于逆势扩张	163
董顺翔：积极参与社会文化建设	165
胡忠英：从学徒工到享受政府特殊津贴专家	167
颜阿龙：从传统商业转型到楼宇经济	169
戴宁：中国餐饮业未来要着力于“四个推进”	171
单东：民企如何由外向型转变为内需型？	172
韩建鸥：做老百姓喜欢又消费得起的文化产品	175
老字号面面观	179
关注老字号的生存	181
再说老字号的创新	182
“杭州酒家”：老字号的新作为	183
为什么要保护老字号？	184

楼外楼：以“五个创新”促发展	186
“知味观”：三次跨越大发展	189
天香楼：老店新开要出新意	192
奎元馆：发展是对非物质文化遗产最好的保护	194
 杭商经营之道	 197
“杭氧”：如何走出国门？	199
“金龙”：培育企业的核心竞争力也要与时俱进	200
杭州饮服：探究中国餐饮业排头兵的“内功”	201
“五丰联合肉类”：打造中国最大的“城市冰箱”	203
山外山：十年打造“鱼文化”	204
杭州服装集团：“一二三”战略加快自主品牌推广	206
杭州照相馆：冠名“杭州”就应该承担相应的责任	207
“解百”：把握六大关系求发展	208
“百大”：可以随时触及的幸福	210
祐康：以 20 年为起点向百年企业迈进	212
杭州商业大厦：重“细节”	215
“五洋”：集群化大服务	217
“印象西湖”：借船出海与衍生发展	220

夯实实体经济

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

先要静下心来 >>

经历过经济的潮起潮落，特别是金融危机的冲击，实体经济的地位和作用很好地显示出来了，特别是对实体经济是最大的就业“容纳器”这一点，舆论有了更加深刻的印象并达成共识，这就是实体经济是富民强国的根基。今年的政府工作报告提出要大力发展实体经济，要保持经济平稳运行，要切实降低实体经济的融资成本等。相信国家的重视，会为实体经济的发展提供政策支持和营造有利于实体经济发展的氛围。

大约七八年前，我曾经与几位企业家谈论过做房地产。他们都是从创业起就一直做实业的，尽管十几二十年做得很辛苦，但是贵在坚持，都在各自的行业里做得有声有色，有的还名列前茅。不过，说起获利都挺羡慕房地产业的。当时我说，你们如果去做房地产，就再也不想做老本行了。他们说，不一定。几年以后，他们都进入了房地产业，虽然老本行没有丢，可也不像早些年那样年年有进步，有的还萎缩了。当然，现在随着房地产市场的调控，他们都遇到了不同程度的困难。

高额利润的诱惑，有几个投资者能够经受得住？资本的逐利性，使得其流向总是朝着投资回报更高的行业而去。当市场进入一个“喧嚣期”，又有几个投资者或者企业家能够静下心来？浮躁之风“遍被华林”，眼看着房地产业赚钱既快又多，几乎谁都恨不得挤进去挖一锄头，都恨不得一锄头下去挖出一个金元宝来。谁还愿意做实业？做实业，在流水线上做一个一个产品，然后物流、营销、售后服务一个个环节……一大圈下来，每个产品赚几元、十几元，谁耐得住性子？

我非常赞同一位企业家的话，他说：做实体经济，八个字很重要，就是要“实实在在，实心实意”。所谓实实在在，就是要实实在在地抓创新，实实在在地去理解和满足客户的需要，实实在在地降低产品成本，实实在在地抓公司内部的各项管理，做实业要很实在。实心实意，首先就要一心一意。经营一个品牌需要很长的时间，一个产品的开发就需要好几年，不能今天想干这个，明天想干那个，不能看什么赚钱就干什么。此外，要实心实意地对待各方面的利益相关者，包括社会、员工、合作

伙伴以及社区,这对于做实业也是很重要的。一个品牌的树立需要长期艰苦的努力。

“实实在在,实心实意”是发展实体经济的基本要求。发展实体经济:先要静下心来。心浮气躁,是做不好的。怎么样静下心来?值得深思!

(2012—4—2)

建设公平的市场环境 >>

发展实体经济,先要静下心来。

首先,政府要静下心来。发展实体经济是急不来的,新上一个项目或者一项技术创新或者一个品牌创树,都需要一定的时间来培育,有时需要几年甚至更长的培育期。很可能在这个培育期内,政府收不到税,也得不到多少产值的数字,但是却要为实体企业解决发展中的困难。现在“种树”“乘凉”的是后人。因此,立足于一地经济社会长期发展,得精心培育实体经济。

发展实体经济,当前亟需要做的是建设公平的市场环境。这里讲的市场环境是经济发展的大环境。是否至少要考虑那么几条:一是缩小行业间利润的差距;二是为实体经济的发展提供多方面的政策支持;三是营造有利于实体经济发展的氛围。这里不妨展开来议一议。

——缩小行业间利润的差距。为什么资本不青睐实体经济?甚至原本在实体经济中的资金也远离了实体经济?原因很简单,资本的逐利性,使得它总是要寻求更高的投资回报。即使一时抑制了资本的这种冲动,在市场经济条件下,尤其是面对暴利的诱惑,坚持不了多久,它总是会不顾一切地奔向更高的投资回报而去。10多年前,制造业的销售利润率一般能够达到10%左右,加工业的销售利润率一般能够达到5%左右,现在一般只在3%以下,有的更低,甚至出现负利润。比如,外贸加工企业利润之薄,已经多年了,如果汇率稍有变化,亏损无疑。再看看某些行业,比如垄断行业、房地产业等,获利丰厚,其实并非这些行业有多高的创新能力、有多高的技术水平,完全是凭借着特殊的市场地位而已。在这样

不公平的市场环境下，资本不青睐实体经济，甚至原本在实体经济中的资金也远离实体经济奔向更高的投资回报而去，就毫不奇怪了。从某种意义上说，是不公平的市场环境纵容了资本远离实体经济。因此，我们现在亟需要做的是，用政策杠杆调节，缩小行业间利润的差距，让做实体经济的有合适的投资回报，让做实体经济的气顺。

——为实体经济的发展提供多方面的政策支持。处于市场弱势的实体经济，尤其是广大的中小微型企业，靠自身的力量难以有大的作为，有的正面临着生存危机，因此，迫切需要为实体经济的发展提供政策支持。政策支持应当是多方面的，是“组合拳”，包括财税、金融、资源、科技、人力等，并通过政策支持，改变实体经济市场弱势的地位，进而吸引更多的资本进入实体经济。

——营造有利于实体经济发展的氛围。要办好一件事，氛围很重要。有了良好的氛围，事情办起来就顺得多。因此，要通过多种途径、采用多种形式，大力营造有利于实体经济发展的氛围，在全社会形成理直气壮做实体经济、做实体经济非常受尊重的氛围。

(2012—4—9)

大力弘扬企业家精神 >>

发展实体经济，更需要企业家静下心来。

在现代企业中企业家大体分为二类，一类是企业的所有者企业家，作为所有者他们仍从事企业的经营管理工作；另一类是受雇于所有者的职业企业家或称作职业经理人。在中国，通常情况下，企业家指的是第一种类型。

中国的企业家，出现于改革开放之后，真正的企业家群体形成于民营企业和股份制企业大发展之后，也就是说对企业有了所有权或者部分所有权之后。因为有了产权，所以企业家能够决定企业发展的方向，说得再直白一点，企业家有权决定企业现在做什么或不做什么、将来做什么或不做什么。我们都知道，办企业是将本求利，因此，获取更高的利润，往往成为企业家追求的目标。再因此，企业家的逐利

与资本的逐利往往重合在一起,于是,企业家往往容易浮躁、容易纵容资本流向投资回报更高的产业、项目。用一句俗语来形容就是“这山望着那山高”,而且经常如此。我们当然不能指责也不应该指责企业家和资本的逐利性,但是我们不赞同把逐利作为经营企业的唯一目的。企业家,尤其是有相当规模资产的企业家,应当具有企业家精神。

什么是企业家精神?中外专家学者对此有多种理解和阐述,综合起来有这样一些方面的内容:创新是企业家精神的灵魂,冒险是企业家精神的天性,合作是企业家精神的精华,敬业是企业家精神的动力,学习是企业家精神的关键,执著是企业家精神的本色,诚信是企业家精神的基石。我觉得这些方面是企业家应当具备的基本要素,这些要素在某个企业家身上凝聚的多少,或者说这些要素的比例不同,决定了这个企业家所办的企业能否成功、成功的程度如何。但是,一个真正的企业家,仅仅具备上述要素是不够的,更重要的是他得具有对社会的使命感和责任感,这才是企业家精神中最关键的。一个企业家如果没有对社会的使命感和责任感,那他充其量只不过是一部赚钱的机器,也许可能是一部非常善于赚钱的机器。而一个对社会负有使命感和责任感的企业家,他不会被单一的逐利牵着鼻子走,他一定有自己的理想,立足于有益于社会的理想。纯粹为了逐利而去办企业,与为了某个理想去办企业,以实现了理想而得到利益,出发点不同、做事情的境界不同、对社会的贡献也不同。

再回到发展实体经济上来。做实体是要有理想的,是要长期坚持的,外国的奔驰、西门子、通用、微软、苹果、松下、丰田等,中国的联想、海尔、万向、娃哈哈等就是非常典型的例子,如果这些企业仅仅以逐利为目的,也一窝蜂追逐高回报而离开了实业,会有今天的成果吗?会为社会的发展乃至造福人类作出重要贡献吗?当然并非所有的实体企业都能够做到上述企业那么大,但是,即使是中小微型企业,踏踏实实做,有多大能量发多大光,也是对社会的贡献。涓涓细流能够汇成江河。

我很赞同这样的价值观:做企业的人是分层次的。资本家就是赚钞票的,他的社会责任很淡,除了钱还是钱。然后是实业家,实业家都是以社会责任感为本的,有社会责任感,向国家缴税,解决了很多人的就业。真正企业家是为了社会的,做任何事情没有明显的社会效益是不会做得好的。

希望有更多的企业家静下心来,以对社会的使命感和责任感,踏踏实实做实体!

(2012-4-16)

做实体一定要坚持品质第一 >>

国人购物,尤其在外地购物,往往会问售货者,是不是假货?当然问了也白问。售假者总不会自认售假。其实这反映了大多数人对市场不信任的心态。为什么如此?因为我们经受了太多的假冒伪劣。所谓“一朝被蛇咬,十年怕井绳”。

做实体一定要坚持品质第一,这是经营者必须具有的自我要求。“江南药王”胡庆余堂里面的匾额很多,大都是面朝外挂的,唯独有块横匾却是面朝里挂,一般人不易发现,那就是面向耕心草堂悬挂的“戒欺”横匾,那是给制药人看的,时刻提醒自己“戒欺”。“戒欺”两个大字是胡雪岩亲自所写,匾文为胡雪岩所撰:“凡百贸易均着不得欺字,药业关系性命,尤为万不可欺。余存心济世,誓不以劣品弋取厚利,惟愿诸君心余之心,采办务真,修制务精,不至欺予以欺世人,是则造福冥冥,谓诸君之善为余谋也可,谓诸君之善自为谋亦可。”这是创始人胡雪岩对胡庆余堂历代经营者的谆谆告诫,是胡庆余堂制药的规则,也是胡庆余堂称雄制药界的原因所在。

做实体一定要坚持品质第一,做药品是如此,做其他产品也是如此。其实,保持产品品质并不是什么难于上青天的事情,对于绝大多数的实体行业来说,产品的国家标准都明摆着并且不是高不可攀,做出来的产品应该都能够达到国家标准,向市场提供符合国家标准的产品应该能够获得合理的利润,遵循着这样的逻辑关系做实体是最起码的,这是法律的底线。之所以会出现“三聚氰胺”“地沟油”等,是因为经营者利欲熏心——贪。人有贪念,便唯利是图,甚至伤天害理,为了“百分之三百的利润敢冒被杀头的危险”,超越法律的底线,最终逃脱不了法律的制裁,害人又害己。

做事先做人,遵纪守法是做人的最基本要求,做实体的人必定先要增强法制意识、敬畏法律,行为处事决不超越法律的底线。遵纪守法是坚持品质第一的保障,没有这一条,坚持品质第一就是一句空话。

坚持品质第一没有捷径,只有踏踏实实做、规规矩矩做,才能做出符合国家标

准的产品来,才能一点一点凝聚客户,才能逐渐逐渐开拓市场,才能一步一步打响品牌,企业才能不断发展壮大。

(2012—5—1)

亟需培养大批操作技术人才 >>

在“发展实体经济系列谈之五”中讲了“员工要有过硬的技术”,这是发展实体经济基础中的基础。遗憾的是,多年来,技术工人高薪难求屡屡成为新闻,这在相当程度上制约了实体经济的发展,尤其是制约了实体企业技术水平、产品品质的提升。俗话说,“打铁先要本身硬”,员工的技术不过硬,实体经济要想有大的发展是不可能的。

员工过硬的技术从哪里来?很多年前吧,企业员工的技术大都是跟师傅学的,新员工进入企业,先要拜师,当学徒工,根据不同的工种确定跟师傅学艺的时间,短则半年,长则3年,期满还要进行考试,不合格的要延长学徒期。以前,培养技术工人基本上是企业自己的事情,所以,实体企业都在这方面下功夫。劳动力市场化以后,很多实体企业放弃了培养技术工人,追求低成本使实体企业不愿意在培养技术工人方面有投入,学技术变成求职者自己的事情。而一夜暴富、投机取巧、轻松赚钱等社会心理的冲击,又使得广大的求职者不愿意静下心来学技术。老一辈的技术工人退休离岗,年轻一代的工人学技术的越来越少。在多种因素的作用下,技术工人缺乏,尤其是高级技术工人的缺乏,已经成为常态。如果这一“短板”不努力加长,非常不利于实体经济的发展。

如何造就大批技术工人?需要三管齐下。一是提高技术工人的社会地位,吸引更多的年轻人学技术。一方面要加强舆论引导,消除“一夜暴富、轻松赚钱”之类的负面新闻,大力宣传学技术、成能手光荣,在全社会形成技术工人“吃香”的氛围。老话就有“家财万贯不如一技在身”之说。另一方面要形成一种机制,提高技术工人收入、尊重技术工人的劳动、给予荣誉和福利等多方面的享有。二是实体企业要重视培养技术工人。在此技术工人青黄不接之际,都依赖外部是不现实的,至少在

短时间内是“远水解不了近渴”，必须自己着手培养技术工人，舍得投入。三是大力促进技术工人的社会化培养，即大力发展职业教育。现在的职业教育层次不高，应当把职业教育提高到与高等教育相同的地位。高等教育应当与人才市场供需接轨，培养那么多不会“动手”的大学生干嘛？还都想着要当管理者。企业哪有这么多管理岗位？而紧缺的技术岗位却“虚位以待”，收入还远远高于所谓的管理者。上大学学一堆基本上今生都不会用到的所谓专业知识，还不如学点技术，求职方便，利己利人。高等教育的面应当侧重调整，压缩那些花里胡哨的专业，多开设社会需要的学以致用用的操作技术专业，为实体经济发展培养大批人才。

(2012-5-14)

金融支持与减税减费 >>

非常赞同这样的观点：实体经济直接创造物质财富，是社会生产力的集中体现，也是社会财富和综合国力的物质基础。发达稳健的实体经济，对提供就业岗位、改善人民生活、实现经济持续发展和社会稳定具有重要意义，更是一个国家应对外部冲击、巍然屹立不倒的关键。

因此即使要说，实体兴，则国家兴、百姓富、天下安，我看也不过分。

发展实体经济，实体企业当然最为关键，但光靠实体企业是远远不够的，需要社会方方面面共同出手。说到底，发展实体经济是全社会的事。支持实体经济的生存发展，当务之急的有两条，一是金融支持，二是减税减费。

客观地看，实体企业特别是一些中小微型民营企业，既面临着融资难和成本急剧上升的压力，又负担了较重税费，实体企业的利润空间被进一步压缩，很多中小微型企业甚至生存困难。我们正面临着整个实体经济负担过重和发展减速问题，要使实体经济有新发展，除了适度减少财政收入，还要切实减轻企业负担，当然还要想方设法缓解融资难。

金融支持实体经济的重要性，虽然有关方面已经一再强调，但是加快金融创新，增加金融业的服务能力，使金融更好地服务于实体经济发展，还有很多事情要

做。银监会出台《流动资金贷款管理暂行办法》《个人贷款管理暂行办法》《固定资产贷款管理暂行办法》和《项目融资业务指引》，力图以“三个办法一个指引”引导信贷资金支持实体经济；通过必要的操作流程和内部控制手段，规范商业银行贷款支付行为，确保贷款资金按借款合同约定的用途使用，防止借款人资金被挪用，促使贷款资金真正流向实体经济。希望这些都能真正落到实处，发挥实际作用。

另外，有专家建议，建设实体经济中各类企业、个体与金融业的信息互通平台，改善信息不对称的状况，提高金融服务的效率；加快制度创新，开发和形成更实用的企业资产评估方法，让一些“轻资产”行业内的企业也能获得信贷支持；拓宽企业通过金融领域获取资金的渠道，继续扩大股票、债券、信托等融资活动对企业的帮助等。我以为都可以在有效监管的前提下，开拓创新。

尽管结构性减税呼声很高，但去年税收不降反增，全国 31 个省、市、自治区的《政府工作报告》显示，在 31 个省、市、自治区中，17 个地区财政收入增幅超过 30%，占比超过半数，更有近两成的地区其财政收入增幅超过 40%，几乎全部地区财政增幅在国内生产总值(GDP)两倍以上。

有专家指出，支持实体经济发展，见效最快的是减免税费，目前的政策仍不够“给力”，应进一步扩大税费减免范围。政府要做的就是，让实体企业在发展的过程中能够得到实实在在的回报，有了一定的利润率，才能吸引民间资本回归实体经济，产生良性循环，实体经济才能健康持久地发展。

今年 1 月 1 日起，国家正式在上海开始试点营业税改征增值税，由此拉开了“十二五”期间“增值税扩围”改革的大幕。作为结构性减税的重头戏，“营改增”的启动与推进标志着中国税制改革已步入“深水区”。希望这能有利于实体经济的发展。

(2012-5-21)

加强市场监管促进健康发展 >>

大力发展实体经济，现在已经基本在全社会达成共识了，各方面也陆续在出台各种支持实体经济发展的政策，这些当然会有利于实体经济的发展，但是光有这些

还不够,还需要加强市场监管,才能使得实体经济健康发展。

我多次用“钢轨理论”来说明市场监管的重要性。企业进入市场,如果没有设置一定的竞争框架,那就会乱象丛生,什么出格的事情都会发生,这样的事例举不胜举。因此,为了确保市场竞争的有序,必须建立规则并且必须按规则出牌,就像火车必须在预先架设好的钢轨上行驶那样,才不会乱套。加强市场监管,就是为了让实体企业守法经营,“安全、正点”地行驶在市场竞争的大道上,使实体经济健康发展。

加强市场监管至少应抓好五个重点:一是产品质量保障。很多年前我曾经在一篇文章中说过,中国的消费者是世上知识面最宽的并且是最辛苦的消费者,既要分得清食品是否安全,又要看得出装饰材料是否含甲醛,还要懂得哪种药品疗效好、便宜等,尽管啥都懂几分,可还是免不了上当。产品质量的保障,不能靠消费者自己来分辨,要靠监管,强有力的监管,甚至是像铁一样硬的监管。必须让不法厂商付出高昂的代价,大大提高他们的违法成本,逼迫他们改邪归正,否则就不让他们生存。对消费品生产商是这样,对工业品生产商也是如此。二是知识产权保护。知识经济时代,企业间的竞争在相当程度上拼的是脑力,拼的是智慧。一些不法厂商不在这方面花力气,却干起了“偷智慧”的勾当,大搞所谓的“山寨”。往往人家花多年时间投入人力物力开发的产品,他们拿来克隆轻易获利;有的采取违法手段窃取人家的科研成果为自己所用等。对于这种种侵犯知识产权的行为必须依法严厉打击,决不能姑息。三是防止恶性竞争。市场竞争是正常的,但是必须有序,也就是应当遵循相关的法律和规定,不能搞低于成本的倾销或哄抬价格,不能搞价格联盟,不能垄断市场等,对于这些恶性竞争行为必须依法严厉查处,确保市场竞争的公平有序。四是劳动保护。要严格依照国家有关劳动保护的法律法规监管企业对待员工的行为,不仅要确保员工获得合法的收入,而且要确保员工的工作环境和条件符合国家规定,人身健康安全有保障,确保女员工能得到国家规定的照顾。五是环境保护。保护环境应当成为企业的自觉意识和自觉行为,这既是一种法律责任,也是一种社会责任。但是,有一些企业不愿意在环境保护上投入,或者少投入,以污染环境为代价获取一家私利,对于这样的企业必须依法查处,必要时宁可关闭,也不能让它们破坏环境。我们既要金山银山,更要绿水青山。

(2012—5—28)

做大与做强、做优、做精 >>

在利好的政策面影响下，做企业的容易冲动，这是常情。前几天与一位做文化产业的经营者的交流，他的冷静给我留下了很深刻的印象。

几乎所有做企业的人都非常想把企业“做大”，尤其是哪些掌控着正处于上升期的企业的经营者的，更是充满豪情地认为把企业“做大”是“必须的”，顺理成章，尽管他们中的绝大多数日后没有能够把企业“做大”，有的甚至把企业“做没”了。

这位做文化产业的经营者的说，在同行业中，我们的产品是小众化的，注定了没有高产值高利润，除非我们改变现在的产品定位，即使如此那也不见得一定能够“做大”，因为我们的资源不够多。与其冒这么大风险去追求不一定能够达到的“大”，还不如实实在在“做精”“做优”，努力成为我们这个领域的强者。经过多年的奋斗，我们做到了。今后我们仍然往这个方向走，争取做得更出色。

我非常赞赏这位经营者的务实和明智，尤其是企业经营水平在业界名列前茅之后仍然能保持清醒的头脑。我并不反对把企业“做大”，发展实体经济也确实需要一批“顶天立地”的巨人企业来支撑，但是要切实防止在“做大”的浪潮中产生的自大，真以为人定胜天。一个企业要做大成为行业巨人，需要方方面面的条件，客观、主观的都需要，也就是所谓“天时、地利、人和”，缺了哪方面都不行。远在不说的它，改革开放 30 多年来，在一次又一次的投资高潮中，我们看到有多少多少的企业在“做大”中却“做没”了？假如这些企业的所有者和经营者不那么豪情万丈，哪怕能够稍微听一听反对的或者不同的意见，能够拿一块冷毛巾捂一捂发烧的额头，也许企业就不一定会“做没”了。“做大”是一种水到渠成，有时候真的非人力可为。

现在，有利于实体经济发展的环境正在形成，应当说发展的机会也越来越多。越是在这样的情况下越是要保持清醒的头脑，理性地看待市场，理性地看待企业自身。建议大多数实体企业先把“做大”放一放，或者别考虑得太多，多在“做强”上动脑筋花力气。“做强”是大多数实体企业的生存之道和发展基础，离开了“做

强”，说啥都是“浮云”。“做强”的途径是“做优”“做精”。“做优”“做精”既可以是针对产品，也可以是针对管理，还可以是针对市场。至于效果，那就要看企业怎么具体操作了。

(2012—6—4)

请给实体企业多一点点时间、多一点点空间 >>

尽管年中报显示，当前我国经济运行总体平稳，经济增速保持在年初预期目标区间内，但近期国内外环境更加错综复杂，出现一些新的变化；世界经济复苏的曲折性、艰巨性进一步凸显；国内经济运行中仍然存在一些突出矛盾和问题，特别是经济下行压力加大。

尽管今年以来各地都切身感受到经济下行压力加大，只不过压力大小不同而已，但形成了必须发展实体经济的共识。从长远看，这样的共识有助于经济健康发展。于是各地纷纷出台政策，“忽如一夜春风来”，力求推进实体经济快速发展，以此改变经济走势。可是，实体经济的发展，尤其是广大的中小微企业，并没有显现出政策作用下的立竿见影，不少人免不了焦虑起来。

盼望经济走势上扬的急切心情完全可以理解，但是，我们现在更需要的是冷静面对国内外市场，需要的是客观面对实体企业，需要的是尊重实体企业的基本运作规律，急于求成不可行也不可能。这里不妨稍作一点分析。实体企业的运作，不同于贸易，它的运作周期要长一些。比如，投资一个新项目，从可行性报告确定项目，到立项报批、环评，再到招标建设，然后建成投产，即使一切顺利，也需要一个不短的周期。在这个周期里，只有不断的投入，产品没有销售收入，就不会有利润，当然也就没有纳税。再比如，研发一个产品，从市场调查，到确定研发方向，再到反复试验、批量生产，然后投放市场，即使一切顺利，也需要一定的周期。在这个周期里，同样只有不断的投入，没有销售收入，更不会有利润，当然也就没有纳税。这个过程无法跨越，只能一步一步往前走，而且还免不了会走走弯路，“退一步进两步”都很正常，除非你是“孙悟空”。可惜，即使我们大家都有心，也成不了“孙悟空”。

因此,任何盼望支持实体经济发展的政策会出现立竿见影效果的美好愿望,都是不切实际的,事实上也是不可能实现的。还是静下心来吧,把焦虑放在一边,有点儿耐心,学会坚持,给实体企业多一点点时间、多一点点空间。但也不是消极等待,多想想能够为实体经济发展做些什么,多主动地为实体经济发展做些什么,多来点实在的,至少能够使实体经济的发展快那么一点点。

(2012—7—30)

不厌其烦地帮助实体企业用好政策 >>

支持实体经济发展,现在不但已在社会各界形成共识,而且中央和各地都出台了一系列政策,应当说这些政策能够推动实体经济的发展,现在的关键是把支持实体经济发展的各种政策一一落到实处。如何把这些纸面上的利好,变成实实在在的动力,使之作用于一个一个实体企业,还有很多很具体的工作要做,需要有关部门不厌其烦地帮助实体企业用好支持实体经济发展的各种政策。也许有人会说,政策就摆在那里,怎么用是实体企业自己的事情。这话没错,但这只是字面意义上的没错。根据历史的经验,通常,仅靠实体企业自身,很多政策是不可能落到实处的,至少是有相当一部分政策难以落实。比如解决融资难,比如推进项目建设,比如减免税费等。因此,需要有关部门的指导、支持、协调。

别的不说,就说说解决实体企业融资难问题。按说,到了现在这样的局面,发展实体经济的重要性已经都看得很清楚了,金融主动面向实体经济、支持实体经济发展应当是顺理成章的事情。可事实上实体企业融资难依然没有明显的改观,尤其是中小微企业融资难的状况依然很严重。

有专家指出,不管是此前由美国“次贷危机”引爆的国际金融危机,还是上个世纪30年代的大萧条,或者是日本经济泡沫破裂从而陷入“失落的十年”,乃至现在仍然扑朔迷离的欧洲债务危机,其中共同的根本原因之一,就是金融业特别是过度膨胀的虚拟经济严重脱离实体经济。

又有专家指出,实体企业融资难没有缓解,主要是金融创新不够。要因地制宜

创新,找准金融支持实体经济的切入点。实践已经证明,金融发展史就是一部创新史,只有不断进行包括制度、模式、组织、产品等各项创新,金融活力才会不断迸发,才能有效支持实体经济。要消除银行与企业尤其是小微企业之间的信息不对称,让银行敢贷款,让企业能贷到款。要消除信息不对称,可以搭建政银企融资平台,可以借鉴国际成熟的小微贷款技术,这都要有一些创新性的做法。

还有专家指出,要有效引导更多金融资源进入实体经济领域,还需要有更多的创新,更要解决一些深层次的体制机制问题,这也对当前的金融改革提出了要求,比如加快利率市场化推进、规范民间借贷等。

专家们说的都对,但是操作起来都很难。难在哪里?银行虽然是企业,但却是特殊的企业,业务上的规矩很多,并非谁想突破就能突破就可以突破的,得管理层发话。因此很多事情仅仅靠银企之间“自由恋爱”是难以走进“婚姻殿堂”的。缓解实体企业特别是中小微企业融资难是如此,其他事情也是如此。你想快速推进项目建设,可那么多章法摆在那里,就像跨栏那样,得一个一个跨,少一个不行,走的都是现有的正常的流程,也没有谁给你设障碍,那就跨呗。时间就在“跨栏”中流逝了,怕的是也许市场机遇也就跑了。如何改变这种现状?靠企业显然是不可能的。还有减免税费,那更是个高难度的“技术活儿”,什么情况下可以减免,什么情况下可以减免多少,哪一部分可以减免,哪一部分可以减免多少,企业弄得清吗?离开了有关部门对企业一对一的指导,离开了有关部门对企业一事情一事情的帮助,离开了有关部门为企业进行多方面的协调,支持实体经济发展的政策的落实真的很难。我们现在迫切需要做的是把支持实体经济发展的政策一一落到实处。只有这样,实体经济才能健康有序发展。

(2012-8-6)

从一年做三件事到三年做一件事 >>

日前参加调研活动时,与一位民营实体企业家深入对话,回顾企业的发展历程,畅谈今后的发展前景,还有面对国内外经济下行压力带来的市场变化,颇多共

识。尤其是听他讲了现在的心态,觉得很有意思。他说:以前做事情比较强调快,现在做事情却强调慢。比如,企业旗下的电子商务公司,新上任的总经理着急全面出击上效益,甚至提出眼下抓紧时间卖月饼。我就坚决反对。告诉他们不要急着想赚钱,而是按照确定的主营方向耐心把每一件事情做好。不要为了赚一时的钱而偏离了主营方向,主营做不好公司不会有好的发展。他说,我们以前是一年做三件事,现在要三年做一件事。

我理解他说的,当然是企业生产经营的大事,不是具体的事务。这使我想起了那句老杭州话——“慢就是快”。做好一件事情是需要一定的时间的,如果你把事情做扎实了,虽然看起来不够快,但是结果是好的。如果你做事情只求快,难免毛毛糙糙,说不定还会返工,到头来还是快不了。这就是“慢就是快”的哲学道理。听说国外建设高速公路,路基做好后让它自然沉降一两年,然后再做路面,为的是避免“波浪路”。我不是学建筑的,也没有去国外考察道路建设,但我觉得这个道理是对的。

其实,办企业也是如此。欲速则不达。在改革开放起步阶段,民营企业如雨后天春笋般草创,一个快字,成就了多少人的创业梦。此后 20 多年,粗放型经济发展,使得讲究速度仍然是在竞争中取胜的惯用招数。现在,国际国内市场已经发生了变化,尤其是在资源要素瓶颈加剧、需求不足、经济下行压力加大的背景下,粗放型发展的路走不通了,迫切需要转变发展方式,依靠科技进步,需要精耕细作,把产业的基础做实,把发展的地基打深,这样才可能实现可持续发展。这就需要辩证地对待企业发展中的快与慢。

一个成熟的企业家,不会为取得的成就而忘乎所以,总是会做一些哲学层面的思考和探讨;总是会不断检讨自己,不断找出自身的不足、找出企业的不足;不管他领导的企业是多么的辉煌,总是会不断修正自己,修正自己所领导的企业。他们追求的是每天都能够进步一点点,虽然看起来慢,若干年后回过头来看,就感觉走得很稳进步很快了。一年两年容易做到,十年八年甚至更长的时间就不容易做到了。

企业家需要自我修炼。

(2012—8—29)

拒绝暴利诱惑是企业家的重要素质 >>

目前,民营实体企业面临的最大困难之一是资金紧缺。最近看了一些民营实体企业陷入困境的材料,有一个共同点,造成资金紧缺的原因是,将原本用于实体项目的资金(或银行贷款或民间筹资或自由资金)挪作他用,主要用于资本运作、房地产投资或投机,遭遇市场变化,资金链断裂,原本计划用于实体项目的资金回不到实体。

举一个典型例子。某地有家百年老字号药厂,品牌响亮,广为区域消费者信赖,产销两旺,赢利状况一直非常好,老板筹资 10 多亿元在当地工业园区置地新建厂房上新设备扩大生产规模。后受暴利诱惑,项目资金将 10 亿元挪作资本运作,满心希望一下子抱个“金娃娃”,谁知被套牢了,来年药厂买原料的钱也拿不出。不但项目建设资金没有着落只能停工,而且债主天天上门讨债。弄得老板躲债,连累百年老字号药厂停产,还有可能破产偿债。好端端一家百年老字号落得如此下场。

造成这种现象的根本原因是企业家经不起暴利的诱惑。办企业当然是想赚钱,通常还想着用尽可能少的投入得到尽可能多的产出。在合法的前提下,这原本也没有错。错的是你没有能力驾驭更大的市场,没有能力掌控你不熟悉的领域里的生意。有不少企业家,办实业是好手,从无到有,摸爬滚打,几起几落,都能够坚持,还发展壮大,有的甚至名列行业前茅。但是一到他不熟悉的领域,尤其是资本运作等风险很大的领域,就玩不转了。看着别人点点鼠标,账户上的数字就成倍往上翻,按捺不住自己,也一头扎进去,以为立马掘金,谁知输得倾家荡产。这时候再来懊悔,却已经木已成舟,无可奈何地陷于绝境。

我倒不是说要封杀高风险的领域,而是说高风险领域不是人人都可以进去折腾一番的。有的人适合搞制造,有的人适合搞贸易,有的人适合搞高科技,有的人适合玩高风险。做企业,要找准适合自己做的,咬定青山不放松,决不朝三暮四,“三日信和尚四日信道士”。我熟悉的一位搞粮食加工的企业家,30 年兢兢业业,生意进出货币结算最小单位以分、甚至以厘来计算,赚的是“辛苦钱”。有人多次动员

他做另外生意,还有的笑他不开窍,都什么年代了还一分一厘地赚钱。可是他不为所动,坚持赚他的“辛苦钱”,企业办得越来越大,人均效益做到了行业前茅。而那些不愿意赚“辛苦钱”的人,不少已经把企业“做没”了。

拒绝暴利诱惑是企业家的重要素质。很可惜,不少做企业的没有意识到这一点,尤其是在企业经营顺风顺水时,暴利似乎唾手可得时。

(2012—9—25)

提升中国制造

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

不拘一格降人才 >>

没有文凭就不是人才？没有受过高等教育而将才能贡献于社会的，大有人在。道理是这么说的，大家也都明白，但在实际的操作中，以文凭论人才的现象还是比较普遍的。高等学历与人才既密切相关，又不应简单地将两者画等号。

打造先进制造业基地，当然离不开大批动脑的能人，需要他们的创造性思维，需要他们绘制发展的蓝图；同时也离不开动手的能人，需要更多的能工巧匠，才能将发展的蓝图变为现实。一流的产品需要一流的技术工人来制造；再先进的科研成果，没有技术工人的工艺化操作，也很难变成有竞争力的产品。现在，许多企业招不到技术工人，技师更是成了稀缺资源。造就大量的技术工人、提高技术工人的水平，是我们打造先进制造业基地的基础。

但凡制造业发达的国家，肯定是技术工人素质高、数量多。长期以来德国一直把技术工人的摇篮——职业教育作为立国富民的“秘密武器”。“德国制造”的成功也归功于这个国家高水平的职业技术教育以及给予技术工人们的高水平待遇。在德国，除了30%左右的青年上大学外，那些不能或不愿上大学的年轻人绝大多数都选择了不同形式的职业教育。在德国，社会上并不存在盲目追求高学历，而鄙视职业技能教育的倾向。德国拥有世界上数量最多的能工巧匠，他们为德国的经济发展打下了坚实的基础。拥有和储备一流技术工人，有利于企业在经济全球化进程中保持强大的竞争力。

敞开城门，引进技师，确实能集聚一批技术人才，但从全国看，技术工人的缺乏已经是一种普遍现象，我们在大力引进技师的同时，更要十分注重自己培养人才，不拘一格降人才。长期以来，技术工人的工资待遇比较低，技术工人不那么受尊重，许多家长不愿意自己的孩子学技术，许多年轻人也不愿意辛辛苦苦学技术，再加上职业教育的投入也不够，多方面的原因造成了技术工人紧缺。要改变这种现状，对企业来说，要营造重视技术技能、尊重技术工人的良好氛围，鼓励和引导青年职工钻研技术，落实培训、考核、使用以及待遇等方面配套的可操作性方案，使他们

感到学技术光荣,技术工人有出路,有奔头,有前途。对于社会来说,要加快发展职业教育。通过提高办学层次,突出办学特点,调整专业设置,优化教学资产配置等,使技校成为培养高素质技能人才的摇篮;还要建立健全技术工人的职业技能鉴定组织,建立技术等级标准和技术评定标准,为技能人才打造成长通道。

(2005—10—12)

把发展的立足点放在依靠科技进步上 >>

富阳的造纸业历史悠久,一直是当地的支柱产业。但造纸是个高污染的行业,防污治污的压力很大。近日得知两则有关富阳造纸业的消息,十分让人欣慰。

一是富阳关停所有小造纸生产线。富阳于今年6月底前淘汰了所有以废纸作主要原料,设备陈旧、工艺落后、能耗高、污染物排放总量不能达标的68家企业的76条小造纸生产线,削减造纸年产量27万吨,每年减少废水排放3240万吨;同时采用“以奖代补”的办法,财政投入2000万元,扶持小造纸企业转行。政府痛下决心为了子孙后代有一个生存发展的良好环境,这样做,值!

二是富阳市与国内造纸技术方面的“领跑者”华南理工大学签约,双方将在富阳共建造纸技术研发中心和造纸检测中心。未来三年,华南理工大学造纸学院将根据富阳造纸业实际,重点开展对特种纸研发、脱墨制浆技术、节能降耗与循环经济技术、造纸关键设备等方面的研发,并将为富阳造纸行业技术研发中心建设提供技术指导,学校的仪器设备将全部对富阳开放,并协助在富阳条件成熟的造纸企业建立博士后工作站。在人才和技术培训方面,华南理工大学将优先推荐优秀毕业生到富阳造纸企业工作,为富阳造纸企业培训专业技术人员和管理人员。有了科技支撑,相信富阳造纸业今后会有良性发展。

从这两件事,我们可以看出,富阳市正在努力转变经济增长方式,切实把经济发展的立足点放在依靠科技进步上。建立环境友好型社会,依靠科技进步求发展,首先是头脑里要牢牢树立科学发展观,这是根本;其次要有切切实实的举措,要从当地实际出发,寻找能解决经济社会发展重大问题的途径。科技进步从哪里来?

当然是从科技人才那里来。缺乏科技人才怎么办？那就“借脑”。高校和科研院所里有的是高科技的“头脑”，向它们“借脑”是个既省钱又省力的好办法。我国高校和科研院所虽然每年取得的科技成果在 6000 项以上，但真正实现成果转化与产业化的还不到十分之一。个中原因很复杂，说到底，是科研成果没有与企业发展的需求对接。高校和科研院所不知道企业要啥，做出来的成果要么缺乏针对性，要么被束之高阁，造成社会资源的浪费。企业这头却苦于没有科技人才帮助解决生产发展的难题。如果政府在高校、科研院所与企业之间搭建一个平台，使得企业能够面对高校和科研院所提出亟待解决的难题，高校和科研院所能够有针对性地做企业出的“命题作文”。如此，各得其所，似桃李芬芳，姹紫嫣红。高校和科研院所的科研工作有的放矢，企业的难题也得到了解决，科技成果转化成为现实生产力，实现双赢。

(2006-7-25)

得悉浙江造车企业已达 30 家喜忧辩 >>

近日，在台州举行的第三届汽博会传出消息——“浙江省列入国家公告目录的汽车生产企业已达 30 家。”浙江省的主要汽车产品是经济型轿车、中高档客车和客车底盘、改装车和专用车等，去年全省汽车工业总产值达 937 亿多元，生产各类汽车约 17 万辆，同比增长 49.79%。读了这条消息，我脑子里有两种声音在辩论。

——一种声音为“欣喜”。近年来，浙江汽车制造特别是民企造车发展迅猛。2005 年下半年以来，曾一度平静的浙江再次掀起了一阵造车热潮。7 月，瑞安云顶与一汽签约建立专用汽车生产基地；8 月，浙江飞碟和泰州永源汽车合作后的第一款车型“飞碟 UFO”上市销售；9 月，浙江青年汽车在山东泰安青年汽车工业园奠基；11 月，波导新车现身，并有消息称，波导已通过收购神马曲线突围；12 月，中誉参股组建浙江中誉发展汽车公司；2006 年 1 月，众泰集团一头扎进了造车大潮……

为何浙江民营企业热衷于造车？一方面是汽车零部件制造业发展迅速。全省已有汽车零部件生产企业 8000 多家，其中规模以上企业就有 1200 多家；2005 年底，全省汽车零部件产值 779.28 亿元，占到全省汽车工业总产值的八成以上。由

汽配制造转向整车制造，颇有“近水楼台先得月”的便利。另一方面是民营企业在经历了原始资本积累阶段后，要为巨额的民间资本寻找投资出路，而通过汽车产业链自上而下的顺势转移，起码现在看起来是一条不错的路径，实现浙江民企做强、做大的愿望。这一切看起来是那么的顺理成章。难怪一些浙江民企会喊出“汽车王国不是梦”这句豪迈的口号。

——还有一种声音为“担忧”。让我们看看来自权威方面的数据：目前国内汽车产业年产能 800 万辆，在建产能 220 万辆，今年市场销售量大约为 550 万辆，所以产能利用率仅 55%；去年销量排名居前的五大企业 2005 年的产能均低于 60%；目前，全国有 28 个省、自治区，在“十一五”规划中都上报了汽车项目，只差西藏、宁夏等较偏远地区没有报；按照每年汽车销量增长 10% 的速度，“十一五”期末汽车销量大约 1000 万辆左右，而“十一五”期末汽车产能将达 2000 万辆左右，有 1000 万辆左右的产能将放空。这不禁使人联想到 20 世纪八九十年代，几乎每个省都引进电冰箱、彩电、洗衣机生产线，产能过剩造成恶性竞争，有的项目投资收益大大低于正常值，有的则血本无归。现在的造车，会不会重蹈当年的覆辙？但愿我是杞人忧天！

(2006-11-22)

15 家省级企业技术中心被摘牌折射出什么？ >>

日前，浙江省撤销了 15 家省级企业技术中心。这个消息在企业界引起了震动。

一个企业的技术中心能够被评为“省级”，应当说是很“荣耀”的。至少，这个企业的技术水平在行业内不是排头兵的话也是名列前茅。事实确是如此，当初这些拥有省级企业技术中心牌子的企业，在推进技术进步方面花的力气是很大的，建立人才队伍、采用先进设施、确定研发经费……由此而带来众多的创新成果，有的还填补国内空白，促进了企业发展。但是，如今这些企业的技术中心起变化了，在专利、实验室建设、新产品、参与标准制订、技术人员培训等方面鲜有成绩，有的甚至创新成果为零。这样的企业技术中心枉为“省级”称号，应当摘牌！

15 家省级企业技术中心被摘牌折射出什么？

——急功近利的心态在一些企业中仍然存在。过于看重眼前利益，只想着今天能赚多少利润，不愿意在技术创新上有新的投入。技术创新的投入与产出之间有一个过程，性急的逐利者等不及了，恨不得上午投入下午就赚大把的银子。也许，你今天赚了，但你明天能不能再赚呢？还有后天呢？企业赚钱，赚在一时容易，赚在长远就要靠技术创新了。办企业要有一点战略眼光，要多想想企业的明天、后天，要舍得在技术创新上投入。当然这个投入也应当是量力而行的。

——搞花架子的做法在一些企业中仍然存在。企业搞技术中心为谁？为自己，是为了企业的长远发展，决不是搞搞假动作、摆摆花架子糊弄人。也许，你摆花架子能够骗得政府一些政策支持（最终是纸包不住火，15家省级企业技术中心不是被摘牌了吗？），对企业发展有什么实际作用呢？自欺欺人，这不是踏踏实实搞企业的做派。这种搞法形成风气，迟早会葬送企业。

——依靠技术创新求发展的意识在一些企业中仍然淡薄。技术创新的重要性嘴上谁都会说，真正在头脑里扎根的企业经营者有多少？把发展的立足点放到技术创新上，已经是企业发展的“普遍真理”，在市场竞争日益加剧的今天，只有坚持不断技术创新，企业才能立于不败之地。这不应该看做是政府要企业这样做，而是企业的内在需求、发展的必由之路。当初的授牌、今天的摘牌，是政府在引导、帮助企业走一条康庄大道。这样浅显的道理咋就不明白呢？不由得让人“只是当时已惘然”！

看来，提高企业素质这个基础还得再打打牢。基础不牢，地动山摇，啥都做不好。这又是一个话题了，下回说吧。

（2006—12—12）

着力提高工业企业投资力度 >>

在拉动经济增长的“三驾马车”——投资、出口、消费中，现在投资承载着主要的负荷。投资已成为中国经济增长的主要动力，不仅是中央的4万亿，还有各地政府的多少个亿，都在短时间内对提高经济总量和新增就业岗位发挥着极为重要的

作用。政府的高额投资使保增长达到了相应的效果。

但是,这样的投资力度能维持多久?换句话说,政府还能投入多少万亿?当前,投资出现了这样的情况:一个是投资以政府为主,企业投资不多;政府投资中又以交通等基础设施投资为主。再一个是在不多的企业投资中,又以房地产开发投资为主,工业新项目投资下降,工业技术改造投资也下降,有的地方甚至下降幅度很大。

工业新项目投资下降和工业技术改造投资下降,有主观和客观两个方面的原因。

主观原因是,受国际金融危机影响,不少企业市场萎缩,赢利水平下降,出于稳健考虑,企业对项目投资持谨慎态度;有的企业没有好的项目,有的企业即使有新项目,为规避市场风险,也往往延缓实施。目前工业企业投资欲望普遍减弱。

客观原因是,企业贷款难。目前资金短缺仍是企业经营中的主要问题,也是制约企业生产复苏、恢复投资信心的重要因素。尤其是中小企业资金筹集难度更大,贷款门槛较高,贷款额度低、还款期限短、品种少且手续繁琐。

我们仍然处在工业化阶段,从某种意义上说,保增长,就是保工业经济增长。因为工业经济是否健康发展,对国民经济的影响、对经济社会的影响、对改善民生的影响实在太大了。没有工业经济作基础,其他方面不可能有好的发展。大力推进符合国家和地区产业政策的工业新项目投资,是经济发展的持续推动力,是增加就业岗位之源泉,是企业转型产业升级主战场。大力推进工业技术改造投资,是企业提高技术水平,加快产品升级换代,增强综合竞争力的必由之路。经济发展有没有后劲,与工业新项目投资和工业技术改造投资有极大的关联。因此,如何使工业企业增强发展信心?如何缓解工业企业贷款难,尤其是缓解中小企业贷款难?是当前亟需解决的重要问题。对此要深入研究,要有解决问题的对策。

(2009—7—2)

用工荒将终结“中国制造”的低成本吗？ >>

今年春节以后，不少城市尤其是沿海开放城市都不同程度地出现了用工荒：长三角用工荒超往年，85后农民工拒绝4000元月薪；珠三角用工荒严重，缺工超200万，单单深圳市就缺工90万人；福建泉州企业今春缺工12万人，以“市民待遇”揽工；武汉民工荒警报拉响，人保部门劝农民工留本地就业……

一边是堆积的订单让不少企业提前到初八初九开工，另一边却是人员短缺使得企业开工不足。

国家统计局浙江调查总队开展的关于企业用工需求情况调查显示，本轮用工荒涉及企业的范围正在扩大，几乎蔓延到制造业、化工产业、批发零售业、餐饮服务业等大部分企业，有52%的企业预计今年春节后招工有困难，招工难短期内很难有所改善。

这一轮用工荒，究竟是短期现象，还是长期趋势？中国农村劳动力资源经过20多年的持续输出，是否正从过剩转向紧缺？用工荒释放出了哪些新信号？各种观点莫衷一是：中国劳动力由无限供给变成有限剩余，人口红利不再；用工荒拷问企业工资福利，结构性缺口呼唤产业升级；相当部分新劳动力不愿意从事流水线的一线普工工作，就业流动性加大，造成了局部地区出现用工紧张。尽管从全国范围看，用工荒还是区域性和结构性的，劳动力供给格局还没有发生根本性变化，但近阶段，在沿海发达地区的“用工荒”可能会成为一种常态，将伴随着企业经济转型升级始终。目前劳动力市场的情况显示，新求职人群以“80后”“90后”为主，约占70%，新一代劳动力受教育程度有所提高，除工资薪酬外，更加注重对职业前景的选择。

面对用工荒，摆在企业面前的路只有一条——不断提高劳动力的工资水平和各项福利保障，否则就招不到工。不断提高劳动力的工资水平和各项福利保障，意味着企业使用劳动力的成本将不断上升。在“中国制造”的低成本优势中，有相当的比重是来自低廉的劳动力，是低廉的劳动力造就了“中国制造”的竞争力。如果

不断提高劳动力的工资水平和各项福利保障,企业的生产成本将不断上升,产品的市场竞争力,尤其是产品在国际市场的竞争力必将大为削弱。从某种意义上说,用工荒将终结“中国制造”的低成本。

其实,劳动力成本的上升是一种必然的趋势,尤其是进入后工业化时期,劳动力成本在企业生产经营成本中所占的比重将会越来越大。对于企业来说,一方面要消化劳动力成本上升的压力,另一方面又要提高产品的市场竞争力,要迈过现在面临的坎儿,依靠技术进步、转型升级、提高产品的附加值,以求得可持续的发展,应当是唯一的选择。

(2010-3-11)

以发展高端装备制造业提升“中国制造” >>

出国购物,一不留神就买了“中国制造”的商品,这是很多人都经历过的事儿,简直满世界都是“中国制造”。虽然我们有了“世界工厂”的称谓,但是目前,中国的制造业还在低端徘徊。我国制造企业多数仍专注于一般的生活消费、原材料等低端制造领域。代表一个国家的制造业发展水平,国民经济各部门、各产业急需的高端装备产品,则仍处于严重依赖进口的局面。比如,汽车行业,满大街跑的帕萨特、马自达,表面上是在中国生产,其实核心技术、图纸都来自国外。有的关键螺钉也要进口,更不要说一些高端的仪表仪器了。

高端制造业是衡量一个国家综合竞争实力的重要标志。早些年,由于中国劳动力成本低廉,即便处于产业链的低端,“中国制造”还是有生存空间。但是近年来,劳动力成本低廉的优势正逐步消失,“中国制造”升级已经刻不容缓。“十二五”期间,大力培育和发展战略性新兴产业,就是发展方向,其中高端制造业应当是重中之重。高端制造业即处于制造业价值链的高端环节,具有技术、知识密集、附加值高、成长性好、关键性强、带动性大等特点。新能源、新材料、节能环保、生物医药、信息网络五大战略性新兴产业都与高端制造业存在千丝万缕的联系。例如,风机装备、核电装备、冶金设备、环保装备、电子设备都属于高端制造的范畴。同时,

信息技术也将带动制造业的升级。

发展高端制造业，重点是装备制造业。大型装备制造业是制造业的高端领域，制造业中的高新技术与先进管理模式基本体现在装备制造业，而制造业中利润空间最大的部分也是在装备制造业。装备制造业代表着整个制造业的走向，决定着整个制造业的水平。其中包括重型机械、船舶、飞机、发电设备、大型锅炉、冶金机械、矿山机械、专用设备等大型装备生产厂家。

综观世界工业强国，都拥有一批自主创新能力强，资源整合能力强的高端制造产业群。他们控制高技术、高附加值装备设计和制造的理念，推进行业整体素质的提高，因此，要重视用高技术优化提升传统装备制造业，重视极端制造，保持产业优势。

目前我国装备自给率虽达到了85%，但主要集中在中低端市场，高端装备仍主要依赖进口。通用电气作为装备制造行业的巨头，2009年营业收入高达1570亿美元，而中国装备制造业规模最大的企业（汽车企业除外）中国机械工业集团去年营业收入刚刚超过1000亿元人民币。我国机床行业在2009年产值已经跃居世界第一，实现了“一枝独秀”，但仍是世界机床进口第一大国，经济建设所需的高档数控机床主要依赖进口。规模差距之外，更重要的是我国装备企业大多数产品缺乏核心竞争力，同时，基础配套能力比较弱，许多关键零部件还需要进口。因此，以重大专项为依托，提升自主创新能力将是我国装备制造行业在“十二五”的重点任务。

差距确实存在，而且还不小。从另一个角度看，差距就是就是前进的方向、发展的空间，就是“蓝海”。统计显示，杭州市规模以上装备制造企业的工业总产值已占全省的四分之一，涌现出一批具有国际竞争力的企业，杭汽轮、西子联合、杭叉、中高曼恩、浙江运达风力发电工程公司等。目前，大江东新城、临安青山湖科技城等发展大平台正在加紧规划建设；杭汽轮、西子联合等龙头装备制造企业雄心勃勃的“十二五”规划正加紧拟定；新能源、大飞机、核电装备等新的装备业领域、新的装备企业正加紧引入。杭州发展高端装备制造业大有潜力，前景看好。

有专家认为，目前国际高端装备制造行业主要向以下两个趋势发展。一是朝超微、超精发展，微机电系统（MEMS）成为信息通讯、生物医疗、汽车、军工等领域的关键技术之一。另一方面，以电力、石化、冶金行业为代表的重大技术装备正朝着超大型化的方向发展。

（2010—12—2）

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

聚焦三农问题

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

城市能为农民增收做些什么？ >>

2月8日，又一个事关9亿农民切身利益的“一号文件”——《中共中央国务院关于促进农民增收若干政策的意见》出台了。人们再一次把关注的目光投向“三农”问题。

1997年以来，农民收入已连续7年低速增长，不及城镇居民收入增量的1/5。粮食主产区和多数农户收入持续徘徊甚至减收。城乡居民收入差距持续扩大，由上世纪80年代中期的1.8:1左右，扩大到3.1:1。即便是像杭州这样经济快速发展的沿海开放地区，城乡居民收入差距也不小，去年杭州市市区居民人均可支配收入12898元，而农村居民人均纯收入只有5740元。

农民收入长期上不去，不仅影响农民生活水平提高，而且影响粮食生产和农产品供给；不仅制约农村经济发展，而且制约整个国民经济增长；不仅关系农村社会进步，而且关系全面建设小康社会目标的实现；不仅是重大的经济问题，而且是重大的政治问题。解决“三农”问题，确实已经到了非常紧迫的地步。

解决“三农”问题，当然要按照“一号文件”的要求，集中力量把促进农民增收的政策措施，主要用在粮食主产区和种粮农民身上。但城市也应该为农民增收做点什么。来自农业部的统计数字表明，在10余年的时间内，城镇已接纳了大约1.3亿的农村人口。2002年，农民外出务工总收入约5278亿元人民币，其中，约有3274亿元返回了农村，接近于当年中央政府对农村地区的全部财政投入。外出打工已成为农民增收的一大亮点；输出农村剩余劳动力，已经成为中国西部和中部地区获得经济建设资金、逐步缩小和东部地区经济差距的有效渠道。

2003年，我国农村劳动力离乡外出就业的人数继续增加，总数约为9900万人，比上年增加500万人。据权威部门最新统计，超过1/3的农村劳动力转移到非农产业。目前，仅跨地区流动的农民工就约有1亿人。在第二产业就业的农业户口劳动力已占57.6%。有些行业中农业户口的从业人员已占相当高的比重，如批发零售业和餐饮业占52.6%，加工制造业占68.2%，建筑业占79.8%。引导好、组织

好、服务好这些人,不仅关系到农民的切身利益,而且关系到我国产业竞争力的提高和社会的稳定。事实上,农民进城务工,不仅是农民就业的需要,也是城市发展的需要;不仅是农民增收的重要渠道,也是我国制造业和服务业始终保持低成本竞争优势的重要因素。

“进城就业的农村劳动力已经成为产业工人的重要组成部分。”正是因为有了来自农村的劳动力,才使产业成分仍然以劳动密集型为主的中国经济发展始终保持着较低的运行成本,这是中国对海外资本充满吸引力的重要原因,才使城市,尤其是沿海开放城市的制造业和服务业有了飞速的发展。在沿海发达地区率先基本实现现代化的进程中,广大农民工是一支重要的生力军。中国要成为“世界工厂”,劳动力成本仍然是我们参与国际竞争的优势,从这个意义上看,使农民进城就业的渠道更加顺畅,非常有必要。但是,许多农民工面临着工资拖欠、劳动保护和巧立名目乱收费等问题,在户籍管理、子女就学、住房安置和社会保障等方面也存在种种困难。目前,在农业户口的劳动力中,受过专业技能培训的仅占 9.1%。农村劳动力素质不高,缺乏就业技能,影响其在城镇实现稳定就业。

因此,保障进城就业农民的合法权益,加强对农村劳动力的职业技能培训,是当前城市亟需解决的两大问题。

善待农民工有利于城乡互动发展。这应当成为每一个城市居民的共识。

(2004—2—16)

素质培训造福农民兄弟 >>

把农民的素质培训当作一项全市性的重要工作来研究和部署,在我的印象里好像是头一次。杭州市决定用 3 年时间对 50 万农民进行素质培训,以提高农民的创业、就业能力,并且已经确定了分年实施的目标任务。这是我市解决“三农”问题的重要举措。

目前,我国农村有 1.5 亿富余劳动力,每年还要新增 600 万农村劳动力。农村劳动力素质不高,缺乏劳动技能,影响向非农产业和城镇的转移,难以在城镇实现

稳定就业。在 9000 多万跨地区进城务工的农民中,有相当数量的人员没有稳定的职业和居所。在农村劳动力中,受过专业技能培训的仅占 9.1%。缺乏转岗就业技能的农村富余劳动力的就业难度越来越大。外来工素质亟待提高。

杭州市有 379 万农村人口,占了全市总人口的大多数。推进城市化、推进工业化、率先基本实现现代化,关键是解决好“三农”问题。在解决“三农”问题中,农村富余劳动力的转移,是焦点之一,而农村富余劳动力的转移,核心问题就是提高农民素质。杭州市农村劳动力文化程度偏低,要解决农民就业促进农民增收,要缩小城乡居民收入差距,要加快农业结构调整步伐,关键在于提高农民的素质。对农民进行大规模素质培训,是农村生产力的又一次大解放,是统筹城乡经济社会协调发展的客观要求。

对农民素质培训,我以为要考虑两个方面。一是职业技能培训。职业技能培训宜以定点和定向培训为主,当前的培训重点是家政服务、餐饮、酒店、保健、建筑、制造等行业的职业技能。另一方面是引导性培训。引导性培训主要是开展基本权益保护、法律知识、城市生活常识、寻找就业岗位等方面知识的培训,目的在于提高农村劳动力遵守法律法规和依法维护自身权益的意识,树立新的就业观念。千万不能图省事而减少了这个方面的培训内容。

另外,还要针对农村劳动力的特点编写培训教材、采用培训方式。目前大多数农村劳动力是初中以下的文化,培训教材要注意降低理论难度,着重于技能培养,通俗易懂地将某一职业的基本技能介绍给农村劳动力,便于其理解和掌握。再一个,就是要十分注重给他们提供实际操作的机会,让他们在实践中熟练地掌握技能,成为用工单位招之即来,来之立刻能用的人。

(2004—7—22)

再说农产品“卖难” >>

农产品“卖难”的问题实在很不新鲜了,但是仍然不断出现。萧山萝卜今冬“卖难”,农民的利益因此而受损失,农民兄弟心痛,我们也心痛。是不是该深入地想一

想了：在农产品供需完全市场化以后，为什么还会出现“卖难”的事？

农产品的生产和加工，目前大部分还处于手工作坊的阶段，生产规模小、技术水平低、加工设备落后。在这种状况下做出来的产品很不适应市场的需求。因为市场需求已经发生了变化，消费者对农产品的品质要求有了很大提高，国家对农产品的质量标准越来越规范。这样的变化，农民不是看不到，而是看到了却无力改变自己的现状去适应市场。所以说，一家一户手工作坊的生产经营方式，已经很不适应农业发展的新形势了。农业需要集约经营，需要产业化大生产，这样才有能力提高技术水平、采用先进的加工设备，做出适应市场需求的产品，以实现规模效应来提高农业的综合效益、增加农民的收入。

农业的集约经营、农业产业化，以前我们讲过不少了，现在看来，老调还是要再重弹。虽然我们在推进农业的集约经营、农业产业化上花了不少力气，但还得再加一把劲。希望萧山种植和加工萝卜的农民从今冬“卖难”中悟出一些道理来，主动推进集约经营和产业化；也希望杭州市其他地区的农民以此为鉴，加快集约经营和产业化步伐。

(2005-1-27)

喜看农民钱包“鼓”>>

阿拉伯数字虽然枯燥，但有时看起来很有味道。来自杭州市统计局的消息说，去年杭州市农民人均纯收入增幅创 1996 年以来的新高，达 6382 元，比上年增长 11.2%。这样的消息真让人高兴。缩小城乡差别的关键是增加农民收入，农民的钱包鼓起来了，农村办啥事情都有了底气。如果对农民人均纯收入再做一点分析，我们对推进“三农”工作就更有信心了。

在农民人均纯收入中，来自农林牧渔的收入达到 1365 元，同比增长 9.1%，走出了近几年农民在第一产业中的收入徘徊不前的局面。为什么会有这样的好结果？有三个方面的原因。一是杭州市较好地贯彻执行了中央“一号文件”，各项扶农政策落实到位；二是都市农业迅速发展，提高了农业效益；三是推进了以市场为

导向的农业产业结构调整和优化。在农民人均纯收入中,来自家庭经营二三产业所得的收入大幅增加,人均达到 1093 元,同比增长 19.6%,这一块增幅最大。目前,从事农民家庭加工业和农民家庭经营批零贸易、餐饮业、社会服务业的越来越多,这些方面的市场需求越来越大。这也从另一个角度折射出农村居民生活水平快速提高,因为只有当人们的生活水平上升到一定程度的时候,服务业的市场需求才会快速扩大,才会出现服务业跳跃式的发展。在农民人均纯收入中,人均工资性收入是最重要的一块,达 3611 元,占总量的 1/2 强。真是应了“无工不富”这句话。在“工业兴市”政策的强劲推动下,杭州市乡村工业保持了较快的增长,总体规模不断扩大,吸纳了大量农民就业,对带动农村经济发展、加快农民致富,起到了直接的推动作用。随着我市城市化进程和小城镇建设的加快,国家又不断加大对农村基础设施建设的投入,为农民提供了大量的劳务机会。

(2005-2-8)

农村市场空间大 >>

农民钱包“鼓”了以后该咋样? 花呗!

去年杭州市农民人均生活消费支出 4993 元,比上年增长 9.1%。各路厂家商家,你们是否愿意听我大致上盘算盘算? 农村市场的空间大得很哪!

先说吃的和穿的。总的看,是“一降一升”,主食消费量下降,副食品消费量上升。以前只要吃饱,现在不但要吃好,而且还要吃得方便。去年农民人均肉禽蛋及奶制品消费占食品支出的 22%,同比增长 13%;蔬菜消费占食品支出的 8.2%,同比增长 9.7%;农民在外用餐人均支出比上年增长 18.8%,方便食品、休闲食品、保健食品也进入了普通农民家庭。如今农民对衣着的要求再也不仅仅是遮体御寒了,他们也讲究个性、时尚、品牌。去年农民人均衣着消费比上年增长 16%,并且基本上是买现成的。你说这一块的消费潜力有多大?

再来说说其他的。如今家用电器对农民来说,很平常。其中,彩电的普及率最高,已经达到每百户 116 台,一户人家有两台彩电毫不稀奇;有电冰箱、洗衣机、空调、

热水器的农户也越来越多；尤其值得关注的是，电脑的普及率在快速上升，每百户农户拥有电脑量比上年增长 19.9%。农民在满足物质需求的同时，提高自身教育和健康水平的消费欲望逐步强烈，精神文化需求上升。去年农民人均用于教育服务支出比上年增长 21.3%，用于文体娱乐消费支出比上年增长 25%，用于医疗保健支出比上年增长 12%。去年农民人均用于服务性消费支出占总生活消费支出的比重达 30.8%。

上面的盘算虽然还是非常粗线条的，但我想厂家商家完全可以从中发现农村市场的巨大空间。扩大消费一直是政府在极力推进的，一直是厂家商家苦苦追求的，因为只有消费进一步扩大，生产、销售、消费各环节才能顺畅地“荡”转来，厂家商家的日子才会好过，经济发展才能良性循环。而要扩大消费，农村市场的潜力非常大。如何占领广大的农村市场？无非是两句话：第一是发现需求，第二是满足需求。现在农村的消费现状就摆在这里，厂家商家你们就看着办吧！

(2005—2—9)

多一些经营能人 >>

农业发展、农民增收靠什么？当然离不开党和政府富裕农民的政策，离不开科技的力量，但光有这些还不够，还要靠能苦干巧干的能人，尤其是懂营销、会做生意的经营能人。

最近，杭州市一项农村实用人才资源抽样统计调查告诉我们，全市农村实用人才总数为 33581 人，占农业人口的 0.77%，平均每个村人数仅为 8.2 人。我市有农业人口 369 万人，农村实用人才所占的比例这样小，是个大问题。在农村实用人才中，以种养生产能手为主，有 2026 人，占 53.7%；能工巧匠 557 人，占 14.7%；经营能人 1193 人，仅占 31.6%。

农业发展需要埋头种养的能人，这是毫无疑问的，但是在现阶段恐怕更需要那些懂营销、会做生意的经营能人。为什么？因为农产品的产销已经基本市场化了，农业生产要以市场需求为导向，要去发现新的需求，要与城里人谈生意，要给种养的农民下订单，要组织好农产品的运输，要进行农产品的深加工和精加工，要创建

农产品的品牌,要调度好资金……农产品经营方面要做的事情实在太多。这些经营方面的事情,得有懂营销、会做生意的经营能人来做,而现在农村最缺的恰恰就是经营能人。农产品产销市场化在呼唤经营能人,加快农业发展在呼唤经营能人,促进农民增收也在呼唤经营能人。

看来,如何培育更多的经营能人,这个问题真该好好筹划筹划了。

(2005-7-19)

千门万户瞳瞳日 >>

对于 9 亿中国农民来说,2006 年是个特别好的年头。这不,在岁末年初的一周内,好消息接连而来——第十届全国人大常委会第十九次会议通过决议:农业税自 2006 年 1 月 1 日起废止;中央召开全国农村工作会议,明确提出“三个高于”原则:2006 年国家财政支农资金增量要高于上年,国债和预算内资金用于农村建设的比重重要高于上年,其中直接用于改善农村生产生活条件的资金要高于上年;据财政部综合计划司的有关人士透露,目前财政部已安排了 3226 亿元用于 2006 年支持“三农”,并且还有增加的可能。

虽说改革开放以来,农村经济发展了,农民收入提高了,但是广大农民的日子还是不富裕,有的还很贫困。去年我曾参加“红色之旅”,目睹了老区农民的贫穷。即便是在沿海发达地区,发展也不平衡。我曾到距离杭州 200 公里的山区采访,农民的贫穷超出想象。现在农村和农民中出现的很多社会问题,其根源几乎都是贫穷。不加快农村的发展、没有 9 亿农民的小康生活,就不可能实现中国的现代化。因此,党中央提出,解决“三农”问题是全党工作的重中之重,确实非常及时和必要,确实非常符合中国的国情。

如何解决“三农”问题?中共十六届五中全会给出的答案是建设社会主义新农村,认真贯彻党在农村的一系列方针政策,坚持农村的基本经济制度,坚持多予、少取、放活,特别是要在“多予”上下功夫,真正实行工业反哺农业、城市支持农村的方针,全面推进农村的发展。我们高兴地看到,杭州已经对建设社会主义新农村作了

筹划,市委“十一五”规划《建议》提出:以建设社会主义新农村为重点,推进城乡统筹发展。坚持工业反哺农业、城市支持农村方针,以中心镇建设为突破口,推进社会主义新农村建设。适当撤并乡镇,提升中心镇功能,更好地发挥中心镇在统筹城乡发展中的纽带作用,使中心镇成为集聚农村人口、提升农业产业、增强转移就业能力、增加农民收入、实现农村现代化的重要平台。按照“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”要求,加快新农村建设。坚持“多予少取放活”,努力办好“九件实事”,加大政府投入,鼓励民营企业参与新农村建设,形成以工促农、以城带乡的长效机制。继续实施“百村示范、千村整治”和“乡村通达”工程,完善以路网、电网、通信网为主的农村基础设施。强化政府对农村的公共服务,推进农村文化教育医疗卫生事业发展。深化农村综合配套改革,健全对征地农民合理补偿机制和失地农民就业保障机制,维护农民合法权益。提高农民素质,培养有文化、懂技术、会经营的新型农民。继续实施“49100”帮扶工程,加大对农村欠发达地区扶持力度,逐步改善农村贫困地区的生产生活条件。

(2006—1—4)

莫笑农家腊酒浑 >>

有些事情,粗粗一看,凑在一起是个“巧”字。待细细想来,却有“水到渠成”的意思在里面。眼下在杭州各地正火起来的“农家乐”,就值得说道说道。

20世纪末,富阳、桐庐等地农民利用自家院落以及依傍的田园风光、自然景点,以低廉的价格吸引城市居民前来吃、住、游、玩、购。这样一种自发组织经营的乡村旅游形式,被称为“农家乐”。在双休日,城里人携家带口、呼朋唤友,自驾爱车到农村,吃吃土菜,住住农家,舂米、推磨、挖笋、垂钓、踏水车……特别地悠闲。还真有点陆放翁笔下“莫笑农家腊酒浑,丰年留客足鸡豚”的味道。据说目前整个杭州大约已有近百个“农家乐”,而且大都生意蛮好,农户赚钱不少。

谁说农民不懂市场?“农家乐”就是农民们看准了旅游升级,推出的新产品。也许,经营“农家乐”的农民们说不出旅游升级的道道,但这并不妨碍他们拿出旅游

新产品来。他们从城里人喜欢到农村爬爬山、挖挖笋、甚至看看一望无际的油菜花中感觉到，城里人喜欢到农村去走走，喜欢亲近大自然。于是，腾出了自家的睡房，庄稼人做起了厨房师傅。“农家乐”就这样出来了，被城里人接受了，火了。

也没有哪一家发文件，更没有谁做动员，如此轻而易举地实现了旅游升级，完成了供需对接。就那么“巧”？“农家乐”应该有些经济学方面的解释吧？

生活水平上升到一定阶段的时候，人们开始不满足于观光旅游，有了休闲的需求；竞争的激烈、工作节奏的加快、心理压力的增大，使得很多城市居民寻求放松身心的方式；浙江省从2003年开始实施的“千村示范万村整治工程”，使许多村落完成了开发建设，极大地改善了生态环境和生活环境……这些算不算是“农家乐”火起来“水到渠成”的原因呢？

2006年全国旅游主题是“中国乡村游”，杭州的“农家乐”倒也真有点引领旅游市场的意思。

“农家乐”式的乡村旅游虽然是由农民自发组织经营起步的，可到了现在，有必要总结总结，看看怎样有利于它的健康发展。我觉得可以提三个关键词：引导、规范、提高。

引导——因地制宜开发产品，避免产品雷同。

规范——制定相应的行业规则，维护市场秩序，倡导有序竞争。

提高——提高经营管理水平和服务水平。

这三个关键词做深做透了，“农家乐”肯定会更火，在杭州发展休闲经济中的作用也会更明显。

(2006—4—19)

提高杭州农产品加工企业集约化程度 >>

搞新农村建设，要有物质基础。物质基础从哪里来？当然不会从天上掉下来，得靠生产发展。所以，党中央确定的新农村建设的“20字方针”中，排在第一位的是“生产发展”。农业是农村的产业基础，生产发展当然首先指的是农业生产，指的是

农业综合生产能力的提高,指的是农业现代化。提高农业综合生产能力,实现农业现代化,农业产业化是重要途径。因为在市场经济条件下,一家一户的农民由于生产生活分散,信息不灵,设施落后,在市场竞争中往往处于弱势地位,因此,不但要企业化,而且要规模化,还要形成农户、基地、农产品加工企业、物流、销售产业链。

在农业产业化过程中,农产品加工企业是关键环节,它不但上连基地和农户,下达市场,而且能提高农产品的附加值,让农民有更好的收益。只要看看统计资料,农产品加工企业在农业发展中的作用就一目了然了。一份专项调查显示,2005年末,我市共有农产品加工企业1626家,吸纳从业人员7.8万人,共联结了1.15万个基地的48.71万农户,实现产品销售收入352.26亿元,创造增加值72.33亿元。“星星还是那颗星星,月亮还是那个月亮”,农产品还是那个农产品,经过加工,身价大不一样,居然增值了70多亿元。还有什么理由不搞农业产业化?

农产品加工虽然大有可为,但也产生了转变增长方式的问题。在1626家农产品加工企业中,产品年销售收入500万元以上的有486家,约占全市农产品加工企业总数的30%;产品年销售收入500万元以下1140家,约占全市农产品加工企业总数的70%;从业人员在10人及10人以下的有655家,约占全市农产品加工企业总数的40.3%。这说明了什么?说明农产品加工企业的集约化程度还不高。集约化程度不高会带来什么影响?粗粗想了想,觉得至少有这么几个方面:第一,企业管理成本降不下来。俗话说“麻雀虽小,五脏俱全”,企业大小不论,总要有那么一帮子人去管。企业数量多了,管理人员自然也多了。管理开支自然也大了。第二,产能放空。办企业家家都要买设备,但使用的状况因经营能力强弱而有不同,有的企业设备满负荷运转,有的却时停时开。设备闲在那里,耗的可都是钱啊。第三,过度竞争导致整体效益下降。企业过分多,无论是原料收购,还是产品销售,容易产生无序竞争,增加生产经营成本。第四,环境保护难以做到位。企业规模越小,它的清洁生产投入体现在单位成本中相对越大,有的小企业无力投入,难免将就,容易环境造成不良影响。第五,不利于提高产业水平。小企业受到自身实力的制约,无力采用新技术和先进设备,更谈不上自主创新,难以提高产品的品质。

因此,“十一五”时期,我们要十分重视培育集团型农产品加工企业,以此提高杭州农产品加工企业集约化程度,增强市场竞争力。通过引进外资、联合、兼并、资产重组、股票上市等途径,把微弱的“个唱”变为雄壮的“齐声”,打造一批竞争优势明显和带动力强的集团型农产品加工企业,加快农业产业化进程,为新农村建设提供坚实的物质基础。

(2006—9—18)

是否要考虑农民工的长远去向？ >>

由于金融危机影响外需减少，特别是沿海发达地区，过去主要从事外贸的企业用工量大大减少，许多农民工因此失去了就业岗位，这就是当前农业农村发展的突出问题。

农民工就业问题到底有多严重？中央财经领导小组办公室副主任、中央农村工作领导小组办公室主任陈锡文日前表示，不久前农业部的一次抽样调查结果显示，到春节前返乡农民工约占总数的38.5%，其中60.4%的农民工是正常的春节回家探亲，其余39.6%的人是属于失去了工作或者还没有找到工作就返乡了。根据这个数字测算，在目前13000万外出就业的农民工中，有15.3%，即2000万左右的农民工现在失去了工作或者没有找到工作。加上每年新加入到外出打工队伍的农民，今年共有2500万农民就业面临很大压力。另外，近几年来我国农民的工资性收入在其纯收入中约占40%，农民工就业数量的减少，对农民收入增长带来了极大的影响。

为应对农民工的大量失业，国家给出了政策：一是鼓励城市和沿海发达地区的企业尽可能不解雇或者少解雇农民工；二是对暂时没有工作的农民工，各级政府都要给他们提供更多的职业技能培训机会，以增强他们的就业能力；三是凡政府投资的公共设施建设，都要尽可能地多吸纳农民工去就业，对于已经返乡的农民工，政府要采取以工代赈的办法，鼓励他们去参加农村的基础设施的建设；四是政府采取一系列支持和补贴的办法，帮助农民工回乡以后自己创业；五是要求各地切实保障外出农民工的土地保障权益，回来以后如果确实没有其他的工作可做，家里的承包地还在，还可以保证他的温饱。

这五个方面的政策，对于今年解决农民工就业问题，肯定能起到重要的作用。至于政策的延续效应究竟有多长、有多大，能否从根本上解决农民工就业问题，现在很难预测。我们一方面要着眼于当下，要千方百计缓解目前的农民工就业压力；另一方面，是否有必要考虑考虑农民工的长远去向？

工业化和城市化的快速推进,使得农民对土地的依赖程度越来越弱,再由于农村人口大大多于城市人口,农村劳动力价格低于城市劳动力价格,农民离开土地转而成为农民工,奔向城市、尤其是奔向沿海开放地区,这是一种历史的必然。正是这种必然,创造了中国、尤其是沿海开放地区经济的高增长;反过来,正是中国、尤其是沿海开放地区经济的高增长,给农民工带来了更多的就业机会,使他们改变了自己的生活方式,享受到现代文明。但农民工就业压力巨大的严峻现实,迫使我们思考:难道沿海开放地区,就一定是农民工就业的主要选择?就一定是农民增收的主要“目的地”?

假如,国家在中西部地区、欠发达地区实行特殊政策,使得投资中西部地区、欠发达地区的企业能够得到高于投资沿海开放地区的回报,投资者必然会欣然前往投资,因为资本的流向总是在追逐更多的回报,就像当年沿海地区用“两免三减半”等政策吸引外资。如此一来,至少有相当一部分农民工能够在当地就业,还能免于奔波之苦,再也用不着为了春节买不到回家的火车票而发愁了。更重要的是,这种集聚投资的政策,能快速促进中西部地区、欠发达地区经济社会发展。

(2009-2-12)

是城市化还是城镇化? >>

“新生代农民工”,这是一个首次被写入了中央“一号文件”的群体。他们主要是“80后”和“90后”,总人数大约1亿,占农民工外出打工的60%。他们大多是在城市社会里接受的“成人礼”,是面朝城市的一代,无法像老一辈农民工那样向农村“转身”。在春运熙熙攘攘的人流中,和那些大学生和年轻白领相比,他们有着同样青春的面庞、进取奋斗的精神和扎根城市的梦想。

几年前,在云南某个风景区,我与一位当地导游有这样一段对话:经常回家吗?很少。路远?不远。为什么呢?回家上厕所不方便,没得洗澡。这位20岁女孩子的回答让人感到意外。我又问,打算在城里安家了?想啊,可是没钱。她眼睛里的茫然给我留下了深刻的印象。

老一代农民工一般把在城市打工作为谋取收入的来源，最后又回到农村。新生代农民工则对农事一窍不通，做不了农活，也不熟悉农村的文化，不习惯农村的生活方式。多数80后农民工，都想在城市留下来。有的地区还有一种新现象，新生代农民工靠打工的钱买不起房，需要父辈把从农业上赚的钱拿来补贴他们在城里买房。

新生代农民工有着强烈的城市化倾向，但是，城市尤其是东部沿海城市，尽管有着比内地更多的就业机会，要想真正成为城里人还是非常艰难的，因为生存的成本实在太高了。在东部沿海城市月收入2000元，只能勉强温饱。而在千里之遥的内陆城镇，800元的月收入就可以接近小康了。但是，获取800元月收入的机会在内陆城镇并非容易得到。所以，新生代农民工还是无可奈何地奔向了东部沿海城市。在城市化率已经不低的东部沿海地区，还能够为更多的新生代农民工提供生存机会吗？还能够使更多的新生代农民工实现扎根城市的梦想吗？

解决三农问题的根本是减少农业人口，但城市化并非是唯一的途径。解决新生代农民工问题的关键在于推进城镇化。中央经济工作会议提出，积极稳妥推进城镇化，提升城镇发展质量和水平。要坚持走中国特色城镇化道路，促进大中小城市和小城镇协调发展，着力提高城镇综合承载能力，发挥好城市对农村的辐射带动作用，壮大县域经济。当前，要把重点放在加强中小城市和小城镇发展上。要把解决符合条件的农业转移人口逐步在城镇就业和落户作为推进城镇化的重要任务，放宽中小城市和城镇户籍限制，提高城市规划水平，加强市政基础设施建设，完善城市管理，全方位提高城镇化发展水平。

中央“一号文件”是在推动城镇化的背景下，提到新生代农民工问题的。在关于三农工作部署的文件里，今年的一号文件第一次明确地提出城镇化，并提出三项政策，第一是促进农业转移人口在城市落户，并享受同当地居民同等的权益；第二是有条件的城市要把农民工的住房纳入城镇住房保障体系；第三是强调农民工的社会保障要纳入城乡一体。

事实上，城镇化进程的推进就是农村变城市、农民变市民的过程，在这个过程中，一方面工业化程度会有很大提升；另一方面，对农民来说，收入和生活水平也会有很大提升，而农民收入的提升无疑会对扩大消费产生促进作用，家电、汽车等消费品有望在农村市场得到进一步普及，相关板块面临较好的投资机会。城镇化进程的推动将对城市公共产品产生很大需求，水电、医疗、教育等，而政府的财力是有限的，这可能会进一步推动这些领域放开准入，使得民间资本进入这些领域。在城镇化过程中，社会保障将加快发展，保险等行业也有望获得更大的发展空间。

(2010-2-25)

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

搞活商贸旅游

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

怎样加快连锁经营的发展? >>

上周一,世界零售业老大沃尔玛在北京开设的第二家店宣武门店正式动工。沃尔玛去年6月在北京开出首家山姆会员店,其北京第三家店将选址大运村。

根据我国加入世贸组织的承诺,随着中国零售业向外资开放程度不断提高,家乐福、沃尔玛、易初莲花等世界大型零售企业都加快了各自在中国内地扩张的步伐。家乐福日前已拿到了商务部颁发的开设新店的“牌照”,其亚洲旗舰店——中关村西区店将于本月开业;另一家世界零售巨头易初莲花也宣布,今年计划在北京新开3家规模在两万平方米以上的大型卖场。此前10天,商务部公布了2003年我国连锁经营30强企业的经营情况:30强连锁企业2003年销售额为2704.2亿元,比去年同期增长29.9%;30家连锁企业的店铺总数为10321个,比去年同期增长35.1%。2003年实现合并的上海百联(集团)有限公司(零售连锁部分)以485.2亿元销售额、4357家店铺的业绩,名列全国首位,销售额与店铺数分别比去年同期增长21.9%和25.9%。杭州连锁经营起步于1993年。2003年杭州全年销售额500万元以上连锁企业的经营门店数达974个,比上一年增加169个,实现商品销售总额97.29亿元,同比增长45%,占消费品零售总额比重的16%。

杭州连锁经营起初只限于副食品超市,进入21世纪后,连锁经营快速发展,去年市区已有销售额500万元以上连锁经营企业54家,已先后引进家乐福、好又多、乐购等外来零售连锁企业。去年杭州连锁经营的一个显著特点是呈多元化发展,除了食品百货,还向餐饮、服务、图书、医药、家电等领域拓展,并逐步向社区、农村城镇延伸。客观地说,我国连锁经营正在加速发展;但客观地看,我们与国际连锁经营巨头相比,差距实在太大了。

沃尔玛首席执行官李斯科特(LeeScott)前些天宣布,2003年沃尔玛的利润大幅上涨13.3%,达89亿美元;营业收入较上年的2296亿美元增长11.6%,达2563亿美元。公司2003年的国际市场销售收入表现强劲,在全部近270亿的销售额增加值中,有70亿来自海外。

国内连锁企业 30 强 2003 年销售额全部加起来,也只有沃尔玛年营业收入的七分之一左右。在国内连锁企业 30 强中,没有一家杭州企业。面对这样的差距,我们是否该多想想为什么? 2000 年 7 月 16 日,我写了《连锁经营是零售业发展的方向》一文,这是研究了许多国外零售业巨头发展历程之后得出的一个结论,我曾就此与一些业内有识之士和专家探讨过这个问题,都达成共识。当时写这篇文章的目的,是想提请本地零售业注意,尽快采用先进的经营方式。现在看来这个观点还须修正,似提“连锁经营是服务业发展的方向”为好。

现在,服务业对连锁经营的认识问题应当说已经基本解决了,接下去要做的是如何加快连锁经营的发展。服务业的开放程度会越来越高,跨国公司进入市场的势头会越来越强,如果企业不想在竞争中被淘汰的话,除了消除“小农”意识、树立合作的观念、加快发展连锁经营之外,恐怕没有什么路好走了。这也可以说是一种经济规律——已为实践证明了的。不管你是否愿意,客观上服务业正面临这样的命题:怎样加快连锁经营的发展?

来自商务部的消息说:培育大型商贸集团是国家的基本方针,国家需要有国际竞争力的大企业。连锁经营是充分竞争的行业,政府部门对任何企业都会一视同仁,并努力为它们创造良好的环境。希望有更多的国外投资者和国内企业到西部去发展。有迹象表明,在连锁经营领域已有重复建设的现象,在大城市的繁华地区大型超市“扎堆”,其结果是以降价为主要竞争手段,这不利于零售连锁企业的发展。商务部正在进一步制定城市商业网点规划,在原有大型城市、省会城市已制定规划的基础上,今年将在地级城市、省辖市进行规划,进一步规范市场秩序,做到有序发展。

(2004—3—1)

也说“家友”换牌 >>

前几天媒体报道:杭州联华华商集团即将开出的超市,启用一个全新的品牌——“世纪联华”;现有的“家友超市”品牌也将根据卖场大小和经营方向的不同,陆续更名为“世纪联华”或者“联华”。

1997年12月,家友超市在庆春路开出了第一家门店,标志着杭州连锁超市进入了发展期。此后三四年中,我一直关注“家友”和杭州连锁超市的发展,并参与了业内人士的专业探讨,写了不少相关的深度报道。因此,对于“家友”换牌,自然而然会有一些想法。

“家友”的换牌,很容易让人联想起当年杭州四大家电企业的换牌。杭州生产电冰箱、冷柜、空调、洗衣机的四大家电企业,在同行业中起步较早、发展较快、消费者认知度较高。在做大做强名义下,用行政手段将四大家电企业合而为一,不但企业的牌子都换了,而且产品的品牌也都换成了统一的。结果怎样呢?没有几年,新的产品牌子销声匿迹了,连所谓的大集团也不见了。当初美好的愿望是由某些经营理论支撑的,但是市场及种种的现实因素并不买账。

要说如今“家友”的换牌与当初四大家电企业的换牌,有着根本性的不同。标准化是连锁超市最基本的特性,杭州联华华商集团在资产重组之后,统一企业品牌十分必要,不然就很难进行标准化管理,难以避免企业运行的高成本和低效率。因此,“家友”的换牌从实质上说,是遵循了连锁超市的经营规律,没有必要惋惜。

“家友”的换牌,让我们再一次看到资本的力量。杭州发展超市、发展连锁经营起步于1995年,在国内也算早的,但六七年下来,企业规模小、门店少的局面没有得到改变。虽然业内人士都看到了这一影响连锁经营发展的症结,但始终没有什么改变经营格局、整合资源的动作。后来“上海联华”进入了,先进入“万家福”超市,再进入“家友”超市(杭州华商集团),杭州连锁超市的经营格局改变了、资源得到了有效的整合。多年前没有办到的事,现在在外地资本强有力的作用下办到了。

这让我们再一次看到了资本的强大力量。现实也让我们再一次认识到,在市场经济条件下,企业行为的市场化运作,其能量要比行政手段大得多,其效果要比行政手段好得多。如此看来,尊重市场实在是大多数情况下的明智选择。

(2004—8—16)

平常心看药店关门 >>

新年伊始,我市将有 159 家零售药店停止营业。对老百姓来说,今后购药用药的安全系数会更大,是好事。对零售药店这一行来说,恐怕受到的震动不小,毕竟一下子关门的药店有 159 家,占杭城 500 多家零售药店的 30% 以上。不过,我这里想说的是,要以平常心看药店关门。

杭州药品市场的“宽进严管”吸引了不少投资者,近几年零售药业发展很快,零售药店之间的竞争越来越激烈,成本上升,经营零售药店的利润没有像投资者预期的那样高。随着零售药店销售抗菌药须凭医生处方的规定的实施,零售药店获利的空间进一步缩小。那些原本以为可以在零售药店行业里掘一大桶金的投资者感到失望而“撤退”,这很正常。到 2005 年底,所有的处方药也必须凭处方销售,可以预料,零售药店的经营压力会更重,也许将会有更多的投资者从零售药店行业里“撤退”。

另一方面,药品事关人的身体健康和生命安全,国家药品监督管理机关推行药品 GSP(药品经营质量管理规范)认证制度,以加强药品经营管理,提高药品经营质量。由于国家 GSP 认证的要求很高,不少零售药店,尤其是单体药店达不到要求,被强制淘汰,这也很正常。

因此,虽然现在一下子关门的药店有 159 家,但因果关系很正常,不必大惊小怪。我们可以从中领悟的有两点:一是管要管得严。规范市场必须靠法规制度建设,执行法规制度必须毫不含糊,决不手软。这样行业的经营秩序才不会乱。二是放要放得公平。既然是放开经营的行业,就不能搞投资限制,对各种资本的准入要一视同仁。不必担心放开经营投资者会一拥而上,投资的盲目性在所有的行业里都在所难免。要相信投资者的经营理性会在投资效益面前很快回归,因为资本的流向总是跟着回报走的。市场调节的过程,会使行业进入供需平衡的区间。

(2005-1-4)

黄金周旅游者在杭州的人均消费为 300 元 >>

这几天,盘点“五一”黄金周的“收成”成了媒体报道的热点。照理,许多闪着金黄色的统计数字在重复了多次以后,不应再重复了,但出于行文的需要,请允许我简单地重复两个数字:据市假日办统计,杭州 7 天迎客 663.52 万人次,为历史之最,其中 5 月 1 日至 4 日连续 4 天游客量都突破了百万大关;共实现旅游收入 20.06 亿元人民币。

在众多反映“五一”黄金周“收成”的数字中,为什么单单挑旅游总人次和旅游总收入这两个数字来说事?一来,是这两个数字集中反映出今年“五一”黄金周杭州旅游的“井喷”程度;二来,是从这两个数字可以看出杭州旅游业升级转型的紧迫性。

让我们来做一道简单的算术题:“五一”黄金周,旅游者在杭州的人均消费是多少?我算过了,是 300 元。300 元是什么样的消费概念?——是一家子(10 人以上)在普通的餐馆吃一顿普通的饭,是两个人在二星级宾馆标准间住一宿,是三五好友在茶馆闲坐每人喝一杯明前龙井茶……如果我们把人均消费 300 元拆分一下,住宿、吃饭、交通、景点、购物等等各占其中的多少元?我们是否得想一想,这样的消费量有多少休闲度假享受的味道?我们的景点、道路、交通、餐饮以及服务人员等旅游资源承载了 600 多万匆匆过场的观光客,在经历了人满为患的超负荷运转之后,我们得到的回报是超值、等值,还是有其他说法?

5 月 8 日,全国假日办发布的《2006 年“五一”黄金周旅游统计报告》:今年“五一”黄金周期间,全国共接待旅游者 1.46 亿人次;实现旅游收入 585 亿元,旅游者人均花费支出 401 元。我们把这些数字与杭州的两个数字对应起来看,是否可以得出这样的结论:杭州“十一五”发展规划提出——杭州旅游业从数量扩张型向质量效益型转变、从观光游“一枝独秀”向“观光游、会展游、休闲游”三位一体“转变”——这个要求,现在已经是非非常紧迫了!

任何商品都有目标客户,任何资源都有提高利用效率的问题,杭州的旅游也是

如此。旅游需求多元化、旅游市场的细化、旅游产品的分层是必然的，作为旅游城市，要想“统吃”天下旅游者，没这个必要。倒是那些视“六桥风月是知音”者，现在着实来得不够多呢。我想，杭州已到了该考虑这些问题的时候了。只有立足于提高旅游资源的利用效率，设计出适销于目标客户的旅游产品，我们才能用同样的旅游资源得到更多的“收成”。接待旅游者的能力才用到 80%，而旅游者在杭州的人均消费却是 600 元，甚至更高，这样不好吗？

(2006-5-10)

鱼羹自从五嫂乞 >>

听说这几天“山外山”在做“西湖鱼宴”。不起眼的“包头鱼”，居然可以做出 30 多种吃法来，也算得上稀奇的事情。其中，既有几百年流传下来的传统做法，又有在传统基础上的创新。由此不由得联想到最近对非物质文化遗产的关注和保护。

杭州近来对非物质文化遗产进行了梳理。西泠印社的金石篆刻艺术、小热昏、张小泉剪刀锻制技艺、富阳竹纸制作技艺、胡庆余堂丹药制作工艺以及由杭州与其他城市同步申报的“白蛇传传说”、“梁祝传说”、余杭滚灯，杭州共有 8 项非物质文化遗产列入国家首批非物质文化遗产保护名录。除此之外，还有一些属于非物质文化遗产的活动、技艺等，也被认可、挖掘、保护、弘扬。拂去尘封的岁月，越来越多的非物质文化遗产将在杭州这片土地上，熠熠生辉。我感到美中不足的是，杭州的非物质文化遗产中少了“传统名菜烹饪技艺”。

杭州的传统名菜，大多是有来历的。比如，“宋嫂鱼羹”。“鱼羹自从五嫂乞”，说的是南宋时，家住涌金门外的五嫂，做得一手鱼羹，宋高宗慕名请她进宫掌勺，对她的厨艺大加赞赏，一时民间纷纷仿效，从此“宋嫂鱼羹”就成为杭州名菜，这是《武林旧事》里有记载的。又比如，“东坡肉”。苏东坡第二次到杭州做市长（太守）时，西湖已被葑草湮没了大半。他发动数万民工除葑田，疏湖港，把挖起来的泥堆筑了长堤，并建桥以畅通湖水，使西湖秀容重现，又可蓄水灌田，这就是“苏堤”的来历。当时，杭城百姓感激苏东坡为民办了这件好事，听说他喜欢吃猪肉，很多人送猪肉

给他表示谢意。苏东坡将收到的猪肉,让家人用他的烹调方法烧制方块肉,送给疏浚西湖的民工共享。民工们把这种方块肉叫做“东坡肉”,从此就有了“东坡肉”的美名。另外还有“西湖醋鱼”“叫化童鸡”……几百年来,在杭州的酒家菜馆都可以吃到这些传统名菜,杭州还有老字号食府“楼外楼”“山外山”“知味观”等,现在仍然在把这些传统名菜作为招牌菜介绍给中外客人。这里面有文化,有不可替代的地域特色,有鲜明的杭州城市烙印,是杭州历史文化的组成部分,即使说“活化石”也不过分。

所以,我觉得杭州的非物质文化遗产中,是不能少了“传统名菜烹饪技艺”的。希望杭州餐饮界来做这件事——编纂《杭州传统名菜烹饪技艺大全》。为杭州建设文化名城添上一笔。

(2006—7—12)

能不能再有个产业预警? >>

新年伊始,杭州市政府公布了《杭州市产业发展导向目录(2007年1月—12月)》,明确规定了鼓励、限制和禁止发展的产业。鼓励发展的当然是环保型产业;那些技术落后、高能耗、耗水多、污染环境的项目,进一步受到限制;那些严重污染环境的生产项目则被列入了禁止发展类。尤其是后两类,表述得很细,连项目规模、设施水平等都说得明明白白,让人一目了然,根本不存在无心者“误入歧途”的可能性。

这样做,从大处说,当然是在落实科学发展观、贯彻可持续发展的理念,实施“生态立市”战略,极有必要;从小处看,可以避免不当投资,避免先建后拆,不但保护了投资人的利益,而且可以引导投资者把资金投向我们这个城市鼓励发展的产业,以求得到合理的投资回报。因此,随着城市产业结构的调整,产业发展导向还得阶段性地发布,以此促进经济健康发展。除此之外,我还有个建议,能不能再阶段性地发布产业预警信息?

提这样的建议,也许有点“得陇望蜀”,可是企业非常需要产业预警信息。这里有一个小小的例子,却非常说明问题,不妨说一说。去年菊黄蟹肥时,有生意眼光

的人在杭州开起了湖蟹专卖店。9月至10月中旬短短三四十天,杭州各种湖蟹专卖店一下子开出近60家,几乎平均每天开一家,其中70%为阳澄湖大闸蟹。然而,仅过了20来天,一些湖蟹专卖店关门了,最短命的专卖店只有一个月的寿命。真是开也匆匆,关也匆匆。虽然开湖蟹专卖店不是搞什么像模像样的大项目,只是一笔小小的投资,但用经济学的眼光看,这样的现象毫无疑问是典型的盲目投资。为什么会出现盲目投资?是因为投资者对市场了解不透。是投资者没有做过市场调查、投资分析、风险预测?还是他们没有能力这样做?或者是这样做的成本过高而使他们觉得犯不着?假如投资者了解了杭州市场湖蟹的供求信息,还会每天开一家湖蟹专卖店吗?还会“开也匆匆,关也匆匆”吗?开湖蟹专卖店,只是小额投资,成与败对经济发展没什么影响。如果是大额,甚至是巨额投资呢?

任选一个产业,目前它本地的产能有多少(有的产业还要有国际国内的信息)?在建项目有多少?未来市场需求状况如何?如果了解了这些产业信息,企业对自己的实力、对参与市场竞争,容易作出理性的判断,投资失误率就会大大降低。所以,发布产业预警信息有利于经济的健康发展。也许有人会说,在市场经济条件下,企业是市场主体,了解市场完全是企业自己的事。话是没有错,但是目前未必完全行得通。一是大量的中小企业建立各自的市场调查系统既没有能力,也不经济;二是目前还没有权威的调查机构能够担当起发布产业预警信息的重任;三是调查机构如果是企业,由它来做这件事情不合适,容易受到操纵而发布不实的信息,反而对产业健康发展起反作用。想来想去,觉得由政府来发布产业预警信息最合适。只是,发布产业预警信息比产业发展导向更难做。

不好意思,出难题了。

(2007-1-13)

零售业资本时代的到来 >>

不知道是不是巧合,2月28日两则有关零售业的消息折射出同一个聚焦点,而且都与杭州相关。

其一，今年3月底，在杭州开了三年的商场连卡佛即将关门。2001年11月，中商股份有限公司将公司所属国大百货商场整体出售给浙江汉帛服饰有限公司，汉帛同时与香港连卡佛签订合作经营协议，将营业面积达6000平方米的国大百货更名为连卡佛商场。去年6月国大集团从汉帛手中回购商场物业，决定不再和连卡佛续约，他们计划在现有物业上重新开出一家中型商场。

武林商圈将再掀商战，不过不是竞争主体的增加，而是竞争主体的改变。也就是说，舞台还是那个舞台，只是舞台的所有者换了，演戏的班子换了。

其二，沃尔玛收购好又多35%股权。风传两年多的沃尔玛并购好又多之事终于尘埃落定，这是全球最大的零售商沃尔玛首次在中国出手并购。1996年，好又多进入中国零售业，目前共在全国16个省的34个城市开设了101家商场。在杭州，好又多共拥有近江、黄龙、凤起和朝晖四家门店。通过并购好又多超市在杭城的四家直营店，加上今年即将在香积寺路、古墩路、余杭临平开出的三家沃尔玛购物广场，沃尔玛在杭城的网点数量将远远超过其最强劲的对手家乐福和德国麦德龙。

沃尔玛进入中国零售业的速度没有家乐福、麦德龙那样快，许多大城市的商业网点已基本被瓜分，沃尔玛要想在中国零售业进一步发展，如果自建网点，不但成本更高，而且已很少有插足之地。以杭州为例，目前，华润万家、物美、世纪联华、欧尚、易初莲花、乐购等中外知名超市都已在杭城布好局，相比之下，沃尔玛只能在城市外围驻足。通过对好又多的投资，沃尔玛以不算太高的代价，将使其在中国实现从未有过的快速扩张。网点还是这些网点，只是网点的所有者换了。

这两则消息折射出同一个聚焦点——零售业资本时代的到来。也就是说，零售业的竞争已经从商品的竞争，服务品牌的竞争，转向资本的竞争。在一定的区域内，当商业竞争的舞台数量已经趋于饱和时，再建舞台是不经济的，不明智的。要想演戏的话，最快捷的办法是将别人的舞台买过来。在同一个舞台，你走我来，登台唱我的戏，正所谓“你方唱罢我登场”。资本时代的到来将大大加快零售业的并购步伐，大大加快零售业集约经营的程度，这是商业竞争的一种新趋势。希望杭州的零售业对此有足够的认识。

(2007-3-2)

“摩尔”时代或将登陆杭城？ >>

也许是巧合，也许是商贸企业竞争在业态上的新体现，也许是零售业发展的规律，也许是……有多少推断并不重要，重要的是杭州三大商贸巨头的新动作显示：“摩尔”（Mall）时代或将登陆杭城？

Mall 全称 Shopping Mall，音译“摩尔”或“销品贸”，意为大型购物中心或大型商业广场，是一种复合型商业业态。通常，国际零售业将“摩尔”定义为：“在毗邻的建筑群中或一个大建筑物中，许多商店和餐馆组成的大型零售综合体。”“摩尔”产生于上世纪初，五六十年代在美国盛行，后流行于欧洲、日本等发达地区和国家，以购物、餐饮、休闲、娱乐、旅游等综合性经营与完美的环境配套设施而受消费者青睐。其显著特征是：规模大，由若干个主力店、众多专业店和商业走廊形成封闭式商业集合体，面积通常在 10 万平方米以上；功能全，集购物和其他商业服务，甚至金融、文化功能于一体，提供全方位服务。

一直以主营精品百货，多次创下国内百货零售业单店年营业收入第一的杭州大厦购物中心，正在打造多业态、多层次的“杭州大厦购物城”，经营面积将拓展到 20 万平方米，目前物业装修和招商工作正在紧锣密鼓进行中，年内开业。规划中的杭州大厦购物城呈“Z”字形分布，集购物、美食、休闲娱乐、会议展览、住宿、办公写字楼、金融理财、文化旅游为一体，通过天桥及连廊实现杭州大厦 A 座、B 座、C 座（华浙广场）和 D 座（坤和中心）等多个物业楼群的无缝隙连接。杭州大厦购物城不同楼宇有不同的定位，A 座、B 座（即目前的杭州大厦购物中心）仍保持精品百货公司定位，在原有基础上继续做强、做大国内外精品名品服饰。C 座（华浙广场）主要经营年轻、新潮、另类服饰为主，同时经营城市超市、美食。D 座（坤和中心）突出大品牌主力店、旗舰店特色；做精做好家庭生活用品、家用电器、家居建材类商品；增加汽车、游艇、书店、电影院、高档 SPA、商务会馆、展示中心和服务中心等经营配套项目；扩大商场特色餐饮、休闲娱乐、文化旅游、金融理财等业种。很明显，杭州大厦将变身为“摩尔”。

无独有偶，今年3月中旬，解百成功收购了与它一街之隔的元华，3月底在元华开出特卖商场。与此同时，解百着手将解百新世纪大酒店1至6层改造成商场，将与解百新世纪商厦对接，预计将在9月份全部完成。届时元华商场的经营定位和装修改造工作也将基本完成，10月“黄金周”时解百的营业面积将比现在增加一倍，达到8万多平方米。虽然，目前解百尚未透露新世纪商厦和A楼、B楼以及元华的商品架构和经营定位，但是，作为毗邻西湖的湖滨商圈的商业综合体，解百应当不会仅仅是一个购物的场所。那么，“摩尔”就将是顺理成章的选择。

去年4月底在吴山商圈开业的银泰西湖店，有7万平方米的营业面积，单个楼层的营业面积有1.5万平方米。它以百货为主力，集聚了一批品牌店，最大店中店的营业面积在1500平方米左右。此外，餐饮休闲区域有饮食店、咖啡吧、超市，还提供健身SPA等服务，还有游泳馆和羽毛球场等运动场地和星巴克、麦当劳、美容美发店等配套设施。这当然是“摩尔”了。

在一年半的时间里，杭州延安路上将相继出现三处“摩尔”。“摩尔”时代或将登陆杭城？此后还会有新的“摩尔”出现？由此而对杭州百货零售业、商贸旅游格局产生什么样的影响？值得商贸旅游界人士研究。

(2009—4—9)

仰望火爆的车市的上空 >>

用“火爆”来形容2009年上海国际车展，毫不过分。本次车展不管在展馆面积还是参展企业数目上，都大大超过了2007年的上海车展。在主要的国际汽车制造企业中，只有菲亚特和雷诺没有来。中国本土汽车厂商推出的新车型之多，显示出中国汽车制造业正快速发展。

暂且不说车展集聚天下靓车，美女如云，观者如潮，“火爆”还体现在国人购车的阵势。有消息说：20名富豪组成的购车团在保时捷展台浏览，其中有14人有意订购，每辆车售价在180万—250万元。另外，如宾利、阿斯顿·马丁、兰博基尼、劳斯莱斯等豪车也在车展中觅到买家。阿斯顿·马丁有两辆价格分别为

200多万元和300多万元的豪车被订购。兰博基尼的一位工作人员称,该品牌价格高达750万元的全新跑车LP670SV尽管要等一年才可提车,但也于这两天顺利找到了买家。还有一位富豪在车展首日便订下了一款劳斯莱斯幻影Coupe。宾利展台的工作人员表示,宾利在车展前四天共销售了6辆车,其中最贵的一款车价格为600万元。

眼下国际大牌汽车厂商正为汽车销量下滑发愁呢,连通用公司也日子难过,上海国际车展这样的阵势还不把老外给乐疯了?

中国本土汽车厂商也喜笑颜开。来自中国汽车工业协会的消息,今年第一季度,全国汽车产销量分别为267万辆和268万辆。其中2月份汽车产销突破了80万辆,3月份产销量又超过了100万辆,连续两个月超过美国。

厂商们对此倍感自豪——中国现在成为全球最大的汽车消费市场,汽车产业处在一个良好的发展机遇,中国汽车销售必将在长期内保持良好的增长态势。

厂商们充满信心——目前美国人口为3亿左右,汽车保有量为2.35亿辆,普及率为78.7%;而中国人口为13亿,汽车保有量只有6000多万辆,普及率不足5%。中国汽车市场空间大得很,有人预计中国汽车销量2015年将超过美国,跃居全球第一。

这样的信息似乎应当令人鼓舞,尤其是在国际金融危机影响下的经济低迷时期,汽车制造和销售具有长长的产业链,对增加就业、扩大消费、拉动经济增长所起的作用是重要的和明显的。

但是,当我们仰望火爆的车市的上空,会看到的是越来越朦胧的天空。来自环境保护部门的信息,机动车尾气排放已经成为大城市空气污染的重要源头,其中氮氧化物排放量已占总量的50%以上,一氧化碳占85%。可以预料,随着城市机动车保有量继续快速增加,空气污染程度将加剧,对人体健康造成的危害将更大。

在我们着力推进汽车产销的同时,是否应该把严格控制机动车污染放在同等重要的地位?如何建立和完善机动车污染防治法律、法规和标准体系,如何及时提高机动车尾气排放标准和燃油品质,如何加大老旧车辆淘汰力度,如何坚决遏制机动车污染物排放总量逐年增长的趋势,还有如何控制机动车保有量增加的速度,都迫在眉睫!

许多时候得与失是并存的。当你得到一个东西时往往就会失去一个东西。有的时候得与失比较容易取舍,有的时候得与失的取舍会非常艰难。无可选择是一种无奈,难以选择是一种痛苦。然而,我们现在真的必须作出选择了!

(2009—5—7)

提高药品流通的集中度 >>

在我居住的小区附近，一条不足 500 米的街上，开着 4 家药店。据说药店遍地开花已经是中国城市的一大“景观”了。近年房租、人工等费用越来越高，这么多药店要生存，怎么办？药价不高才怪呢！

前不久商务部领导介绍，现在全国有 1.3 万个药品批发企业，但是大部分是中小批发企业，另外还有几十万个遍布城乡的药店和药房。5000 万元以上的大的药品流通企业只有 491 个，占全国医药市场的份额仅 20%。而在美国，药品的销售批发企业只有 70 家，却占了世界药品市场份额的 40%。

为什么药品市场这块“蛋糕”吃的人这么多？进入药品流通领域的门槛过于低是一个主要原因。一瓶药厂出厂价几元的药，消费者要花几十元甚至更多的钱才能够买到，这已经是非常普遍的现象了。为了得到更多的利润，流通环节一头吃药厂（压价），另一头吃消费者（加价）。药品生产经营的利润不低，其主要利润都在流通环节被瓜分了。要降低药品价格，让消费者买得起药，降低药品流通成本是关键。

药品不是普通的商品，因其特殊性，药品的生产和流通也就不适用普通的市场机制。即便是已经建立市场经济体制上百年的国家，对药品的生产和流通有着严格的限制，不但准入门槛高，而且对经营利润规定了上限，不允许完全的市场化。

我们的社会主义市场经济体制建立时间不长，正在完善之中。如何完善？首先要有符合实际的思想认识。市场经济不是自由经济，市场化也不是一张解决一切问题的“药方”。我们在更多的领域推行市场机制，但许多领域的发展离不开计划性。事实证明，在宏观计划指导下的市场化发展，能够减少发展的盲目性，能够更加有效地利用好各种资源。即便是在市场化比较充分的领域，或者称为竞争性充分的领域，进行一定的限制也是很有必要的。比如在一定规模的居民小区中，允许开设几家便利超市，而不是谁想开就开，想开几家就开几家。这样做，可以避免恶性竞争，减少社会资源的浪费。这已经成为成熟的市场经济区域内通行的、被业

内广泛接受的做法。

至于药店的开设,就更应当有严格的限制、更高的门槛。提高药品生产和流通的集中度,得有国家层面的法规和举措。

(2010-4-29)

汽车消费亟需寻求一种平衡 >>

2010年8月,我以《忧喜交加说汽车》为题写了一篇文章,今天忍不住要再说几句。

来自新华社的消息说,目前全国约1/5的城市大气污染严重,113个重点城市中1/3以上空气质量达不到国家二级标准,机动车尾气排放成为部分大中城市大气污染的主要来源。真正触目惊心!

去年,参与城市大气污染专项调查时,我就听环保专家描述过机动车尾气排放如何污染城市大气,当时就感到触目惊心,真想立马就远离城市。但是不可能,有家有室,上有老、下有小,岂能天马行空?无可奈何之下,只能“涛声依旧”。

近年来我国汽车产业快速增长,汽车保有量迅速增加。2009年初出台的十大产业振兴规划中,效果最为显著的是汽车工业。这主要是因为汽车产业调整和振兴规划、调控政策的立足点是扩大内需、引导消费。通过鼓励汽车下乡、鼓励小排量汽车消费、鼓励汽车以旧换新等政策,再加上国人对奢侈消费的挚爱,终于使中国的汽车消费一飞冲天,成为全球汽车消费增长最快的国家。据专家预测,中国今年的汽车销量将突破1600万辆,稳据全球第一,再创奇迹不在话下,对GDP的增长立下汗马功劳。放眼全球汽车市场,风景这边独好!

且慢得意!汽车产业的快速发展,拉动了相关产业的快速发展,推进了经济的快速增长,改善了人民的生活条件,但同时也带来了严重的空气污染。有专家指出,一些城市由过去的煤烟型污染转成以机动车排放污染为主。国内一些区域出现灰煤现象,能见度明显下降。研究表明灰煤现象与机动车排放的氮氧化物和碳氢化合物存在明显的关系。一些城市臭氧浓度逐步在增高,个别城市发生光化学

污染的可能性在不断增加。臭氧浓度增高和机动车排放的氮氧化物和碳氢化合物有密切的关系。

大力发展汽车产业的利弊,我们不是不知道,国家也采取了一些除弊措施,如不断提高机动车排放控制标准,引导促进车辆低碳减排等,在“十一五”期间虽然有了一定的减排效果,但排放总量还是快速上升。据估计和上世纪 80 年代相比,我国机动车保有量增加 24 倍,排放总量则增加 12 倍。预计到 2020 年中国汽车保有量将超过 2 亿辆,由此带来的环境问题必将更加突出。

怎么办?

有消息说,“十二五”期间国家将进一步健全汽车排放标准体系、加强机动车排放控制。重点是提高机动车排放水平,严格实施国家机动车排放标准,完善新生产机动车环保制度,继续推进汽车以旧换新工作,加速黄标车和低速载货车淘汰进程,积极发展新能源汽车。另外还要完善机动车环境管理制度,加强机动车环保定期检验,研究有利于机动车污染防治的税费政策。同时要加快车用燃油清洁化进程,强化车用燃油清淨剂管理。

有专家指出,中国汽车业亟须解决两个重大课题,一是推进传统汽车节能减排,二是新能源汽车产业化。近两年来各地都在搞电动汽车,都在不断地上新项目,但是很多企业都是靠购买一些核心零部件进行组装做出成品,来享受国家的补贴政策。真正掌握核心技术的并不多。中国汽车产业的现状是,与世界先进水平相比,很多地方仍有欠缺,尤其是在一些核心技术领域仍有很大差距,在传统汽车领域如此,新能源汽车领域也是如此。

解决这两个重大课题,需要假以时日。但即便若干年以后在汽车制造的核心技术方面有所突破,那也远水解不了近渴,因为目前、当下、每天,中国的单个城市都在新增数百辆汽车上路,每时每刻都在加重对城市空气的污染,我们肺的颜色正在加速变黑。

面对严峻的现实,我以为我们不得不作出选择。yes 或 no 的绝对化选择当然不必,至少在污染与减排之间、在便捷与环保之间、在享受与健康之间寻求一种平衡,我们还是能够做到并且使切实可行的——能不能减缓汽车消费的快速增长潮流? 每辆汽车都有承载量,若超过了承载量,汽车行驶起来就会出事故,这是常识。城市也有承载量,比如城市居住的人口不能无限制增加,否则公共设施和公共服务的能力就跟不上,就不能保证城市的正常运转。同样,我们居住的城市对于汽车的保有也有一个承载量,超过了承载量,不但交通拥堵,而且尾气对城市空气的污染就会更严重。我们目前能够做的是科学评估一个城市对于汽车的保有量,以此指导减缓汽车消费快速增长的潮流,以求在经济发展与环境保护之间取得适当的平衡。这是既为我们,也为子孙后代所作的明智选择。

(2010-9-16)

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

考量金融资本

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

关键是银行要像个现代企业 >>

进入新的一年，最有影响的财经消息当数有关国有商业银行股份制改造的新闻。

1月6日，国务院宣布在中行和建行实施股改试点，并表示将对这两家银行注资450亿美元。另据有关人士了解，将有相当于1200亿美元左右的资金用于四大国有商业银行改造，上周宣布的注资只是实施该计划的第一步。据悉，在1200亿美元左右的资金计划中，包括了向工行、农行两家银行的资本金注入和发债规模等多种计划。

据银监会内部人士透露，整顿和改革中国的金融业，政府的确已经有了一个超出人们想象的紧迫时间表，四大银行的上市时间表基本排定，并大致以先海外、后国内的顺序进行：2004年中国建设银行上市，同年中国银行完成改制；2005年中国银行上市，同年中国工商银行完成改制；2006年中国工商银行上市，同年中国农业银行完成改制；2007年农行上市。按照有关规定，一般企业上市需要满足近3年连续盈利等条件，而银行在境内上市还需要满足不良贷款率在10%以下、资本充足率相对较高等硬指标，因为这反映了银行的实力和信誉，直接影响到银行上市发行的股票价格和筹资的成本。

据权威数据统计，截至2003年9月末，四大银行不良贷款余额为19992.27亿元，不良贷款比率为21.38%。四大银行资本金总额约为7000亿元，平均资本充足率大约5%左右。这些条件不仅与国际银行业标准相差甚远，而且达不到在国内上市的要求。

自2006年12月起，中国将对外资全面开放银行业务，国有银行改革已到了刻不容缓的地步。中共第十六届三中全会通过的决议更是特别指出，要“选择有条件的国有商业银行实行股份制改造，加快处置不良资产，充实资本金，创造条件上市”。

在这样的背景下，国务院决定对中国银行和中国建设银行实施股份制改造，并

决定动用 450 亿美元国家外汇储备等为其补充资本金，相当于向两家银行注资近 4000 亿元人民币，接近中行、建行两家银行现有资本金之和。据专家估算，注资后两家银行的资本充足率都将接近 10%，不良资产绝对额和不良资产比率也将明显改善，对两家银行上市无疑助了一臂之力。有关专家认为，国务院此次决定注资为国有银行上市开了政策上的“绿灯”，但是，国有银行还需加紧练好“内功”，为真正实现转制做好准备。用国家外汇管理局发言人的话说，就是“国家对其补充资本金只是必要的外部条件之一。如果内部改革不能落实，注资就没有意义”。

这才是国有银行改革的关键！用一句通俗的话说，银行要像个现代企业。并不是每个上市公司都能盈利的，也不是公司一上市就立刻自动生成为现代企业的，上市公司中糟糕的企业还少吗？因此，国有商业银行改革的核心任务是建立现代企业制度，完善法人治理结构。有了良好的治理结构，管理的改善、风险的控制只是技术问题。

国有商业银行建立现代企业制度，上市仅仅只是一个必要条件，还有一个更加重要的条件就是股本结构的最佳设置。必须引入追求利润最大化的股东，这样才能牢牢地树立利润最大化或银行商业价值最大化的目标，才能进一步探讨如何建立法人治理结构的问题，才能去研究管理和风险控制等技术层面的问题。这是因为，法人治理结构设计的出发点和运作的归宿都是为股东创造利润。前不久有一条相关消息比较值得关注。2003 年 12 月 17 日，由恒生银行、世界银行下属的国际金融公司以及新加坡政府投资公司组成的外资财团总共投资 26.973 亿元，认购兴业银行 24.98% 的股份。这是迄今为止国内商业银行一次引进外资股东家数最多、入股比例最高、涉及金额最大的一宗交易。

兴业银行是目前国内资产质量最好的银行之一，截至去年 9 月末，其不良贷款比率按国际通行的五级分类法为 2.48%，是国内不良贷款比率最低的商业银行之一。据英国《银行家》杂志今年 7 月最新排名，到 2002 年底，兴业银行一级资本在全球银行 1000 强中排名 400 位，比上一年度提升了 10 位；总资产在全球银行 1000 强中排名 273 位，比上一年度提升了 60 位。目前兴业银行即将完成上市辅导，有望在 2005 年上市。

兴业银行负责人表示，无论是上市还是吸收外资，核心目的都是为了资本扩张和规范管理。这能否成为国有银行改革的方向呢？

(2004—1—19)

在“阳光”下进行国有产权交易 >>

今年2月1日,《企业国有产权转让管理暂行办法》(以下简称《办法》)正式实施,国有产权交易从此有章可循。

《办法》有五个方面内容特别值得关注:第一,规定了国有资产监督管理机构负责企业国有产权转让的监督管理工作。第二,转让全过程有了操作规范,尤其是规定转让方应当公开披露有关企业国有产权转让信息,广泛征集受让方。第三,在转让价格方面,规定评估报告经核准或者备案后,作为确定企业国有产权转让价格的参考依据。此外,还特别规定,在产权交易过程中,当交易价格低于评估结果的90%时,应当暂停交易。第四,明确了在企业国有产权转让过程中,转让方、转让标的企业和受让方的八大违规行为。第五,对社会中介机构、产权交易机构、企业国有产权转让批准机构及其有关人员的违规行为明确了法律责任。由于改革还不够配套,规则还不够健全,在国有企业改制工作中出现了一些不容忽视的问题。例如:有的改制方案没有采取多方案的比较,缺乏周密考虑,改制方式单一;有些企业改制过程不规范,财务审计不严,资产评估不实;有些企业改制透明度不高,产权转让没有进入市场交易,存在暗箱操作、低估贱卖的现象;有些企业的改制行为损害了债权人的利益和职工的合法权益;有的甚至发生了内外勾结、隐匿转移、侵占私吞国有资产的违纪违法行为。这些问题的存在造成了国有资产流失,损害了社会公平,也影响了国有企业改革的深入进行。出现这种情况的主要原因是交易的不规则,具体表现为资产评估时压低价值,资产转让时不是采用市场化的交易形式。因此,规范企业国有产权交易,关键是抓住资产评估和市场化交易。

公正评估国有资产。通过完善资产评估法规,规范资产评估程序和制度,严格执法,加强对资产评估的监管,可以做到资产评估的公正科学化,保证国有资产评估价值合理准确,在资产评估过程中不发生国有资产流失。

公开转让国有资产。通过建立国有资产公开拍卖的制度,使国有资产出售信息公开透明,避免国有资产转让中的暗箱操作,可以形成国有资产转让中买者和

卖者之间的公开公平竞争局面，在买者和卖者的竞争中发现国有资产的市场价格。即便公开拍卖中国有资产的市场价格与评估价值不一致，也基本属于价格围绕价值的波动，在公开竞争中拍卖的过程，会减少乃至消除国有资产低于正常价格出售和国有资产大量流失的现象。产权市场的规范交易成为国企产权制度改革的一道安全屏障。国有资产流动透明化、公开化——阳光交易，必定可堵死国有资产流失的暗道。让资产在流动中增值。中国国有企业有近 19 万户，其中大型企业 8000 多户，中小型企业 18 万多户，涉及需要调整的资产超过 10 万亿元。建设统一开放、竞争有序的全国统一产权交易市场，为 10 多万亿元国有资产搭建“流动”平台是改革的重点。也就是说，要使国有资产规范交易，应当建立有形的产权交易市场。

专家建议，国有资产必须集中交易。必须结束中国产权交易市场目前条块分割、资源浪费、内耗严重的混乱局面。要将国有产权交易全部纳入市场。要将全国各地正在探索的产权交易市场进一步规范、整顿和完善，将在全国建立几个比较大和规范的产权交易市场的基础上，从而建立起一个全国性的统一的产权交易市场。

去年 11 月，国资委主任李荣融提出筹建南北两大产权交易市场。他说，国家正在努力促进北京、天津、上海 3 家的产权交易中心进一步规范，从而统一全国产权交易市场，加快产权交易的步伐。上海最先掀开了产权市场合并的序幕。2003 年 12 月 18 日，上海联合产权交易所正式挂牌。上海联合产权交易所力求通过整合南方的产权市场资源，成为长江三角洲地区的产权交易中心乃至中国南方的产权交易中心。其他各个城市的产权市场的合并也加快了速度。

天津早在 2002 年 4 月就设立了北方产权交易共同市场，由北方 16 省市 24 家产权交易机构组成，目前已构筑统一的信息平台，制定了共同市场运作规则、异地交易程序和结算方法，成为覆盖华北、西北、东北区域性产权交易市场。可以预见，《办法》和其他有关规定的实施，将有利于完善国有资本有进有退、合理流动的机制，加快调整国有经济布局 and 结构，继续推进国有企业规范改制，积极促进国有产权有序流转。

(2004—2—9)

引导民间资本由投机转向投资 >>

严厉的房地产调控政策虽然目前尚未使房价有明显的回落，但是沉淀于房地产领域中的资金已经呈现流出的迹象。据有关地产研究机构统计数据显示，在“国十条”颁布后约半个月的时间里，京、沪、穗、深、津五大城市二手房挂牌量环比增幅分别为49%、30%、17%、25%和16%。炒房人当下大量抛盘，希望趁高点抛出，从房产领域出逃的冲动已经很明显。有机构认为，在未来一段时间里，原活跃在房地产领域的资金将流向其他领域，资金规模至少在5000亿元以上；房地产如果持续低迷一年，估计至少会有上万亿资金从房地产流出。

按照以往资本市场的变化轨迹，房市被打压，炒房资金会进入股市，但自“国十条”出台之后，股市资金不仅没有增多，反而在减少，综合多家机构的数据显示，近期沪深两市资金流出数千亿元。

那么从房市股市流出的资金到哪里去了呢？有报道说，4月份温州公园路“中国黄金”店销量比3月份上涨了150%。有炒房客一次购入150万元的实物投资金条。由于大量资金进入黄金市场，今年以来，黄金的累计涨幅已经超过了30%。其实，相对于巨大的投入于房地产的资金来说，这只是微乎其微的。

恰在此时，5月13日国务院发布了《关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》，鼓励和引导民间资本进入法律法规未明确禁止准入的行业和领域。这似乎为巨额的民间资本找到了出路，引导民间资本由投机转向投资，增强资本的稳定性。从理论上讲，这是有可能的，但是关键在实际操作。如果可操作性强，那么，引导民间资本由投机转向投资，引导民间资本进入实体经济是完全能够实现的。

《关于鼓励和引导民间投资健康发展的若干意见》被称为鼓励民间投资“新36条”——将进一步拓宽民间投资的领域和范围，鼓励和引导民间资本进入基础产业和基础设施领域、市政公用事业和政策性住房建设领域、社会事业领域、金融服务领域、商贸流通领域和国防科技工业等六大领域，同时鼓励和引导民间资本重组联合和参与国有企业改革。鼓励和引导民间资本进入法律法规未明确禁止准入的行

业和领域,对各类投资主体同等对待,不得单对民间资本设置附加条件。

“新 36 条”的一个重大突破是,鼓励和引导民间资本进入金融服务领域,允许民间资本兴办金融机构。在加强有效监管、促进规范经营、防范金融风险的前提下,放宽对金融机构的股比限制。支持民间资本以入股方式参与商业银行的增资扩股,参与农村信用社、城市信用社的改制工作。鼓励民间资本发起或参与设立村镇银行、贷款公司、农村资金互助社等金融机构,放宽村镇银行或社区银行中法人银行最低出资比例的限制。同时,鼓励民间资本发起设立金融中介服务机构,参与证券、保险等金融机构的改组改制。

“新 36 条”还有一些大的突破:一是鼓励和引导民间资本进入基础产业和基础设施领域。鼓励民间资本参与交通运输、水利工程、电力、石油天然气、电信建设,参与土地整治和矿产资源勘探开发。二是鼓励和引导民间资本进入市政公用事业和政策性住房建设领域、社会事业领域、商贸流通领域和国防科技工业领域。

国家宏观层面的政策,“新 36 条”已经讲得很明确了。现在迫切需要解决三个问题:一是在微观层面如何操作,这需要尽快出台细化的规则。二是如何“落地”,各地方、各部门要根据“新 36 条”精神和规则,结合本地区、本部门实际制订具体实施办法。三是如何保障“新 36 条”及有关政策措施落到实处?以前曾有这样的情况,民间投资进入一些领域遇上两种门:一种是“玻璃门”,看着可以进去,真的想进去的时候,头上会撞个大包,还进不去;还有一种是“弹簧门”,脚刚迈进门一不小心就被弹了出来。再好的政策措施如果不能落到实处,就不可能达到预期的效果。

(2010-5-20)

东部民间资本请抓住西部大开发机遇 >>

一直说东部民间资本充裕,甚至说多少万亿元的民间资本苦于缺乏投资渠道转而炒楼炒金等。现在,东部民间资本投资的大机遇就摆在面前——深入实施西部大开发战略。

虽然西部大开发取得了巨大成就,但西部地区与东部地区发展水平的差距仍

然较大,西部地区仍然是我国全面建设小康社会的难点和重点。西部地区发展相对滞后,要如期实现全面建设小康社会目标,需要付出更大更艰苦的努力。没有西部地区的稳定就没有全国的稳定,没有西部地区的小康就没有全国的小康,没有西部地区的现代化就不能说实现了全国的现代化。逐步缩小地区发展差距,实现全国经济社会协调发展,最终实现全体人民共同富裕,是社会主义的本质要求,也是关系我国发展全局的重大问题。继续把西部大开发战略推向前进,不仅具有重大现实意义,而且具有深远历史意义。因此,7月5日至6日中共中央、国务院在北京召开西部大开发工作会议,对今后10年深入实施西部大开发战略进行了全面部署。西部地区地域辽阔,市场空间、回旋余地和发展潜力巨大,是我们把发展的立足点放在扩大国内需求上、加快经济发展方式转变的战略方向。

从投资的角度看,深入实施西部大开发战略,带来了很多的机遇。一方面,西部的发展将成为扩大内需的“主战场”之一。发改委公布,仅今年西部大开发就新增23项重点工程,总投资6822亿元。西部地区国土面积占全国的71.5%,现在全国年收入在1196元以下贫困人口,有66%在西部地区,脱贫靠发展,谋发展就要吸引投资。西部地区发展潜力巨大,战略资源非常丰富,西部地区煤炭探明储量占全国的67%,天然气可开采储量占全国的66%,水能可开发装机容量占全国的82%,在风能、太阳能、特色产业、旅游、沿边开发开放领域都具有独特优势。今后10年投资发展的机会非常非常多。国家还将制定一些鼓励社会资金向西部投入的政策,特别是信贷资金,并加大直接融资和间接融资的政策扶持力度,形成多元化的投资格局。另一方面,国家将加大对西部大开发支持力度,进一步完善扶持政策,对西部地区基础设施建设、特色优势产业发展、生态环境保护、民生改善等,切实给予支持。将进一步增加资金投入,加大中央财政对西部地区转移支付力度、中央财政性投资力度、信贷资金投入力度。将进一步体现项目倾斜,有保有压、有促有控,实行有差别的产业、土地等政策,在项目布局上给予倾斜支持。

深入实施西部大开发战略,包含经济社会发展的方方面面,内容非常多,因而投资的机会也相当多。这里说两项具体一点的:一是以培育特色优势产业为龙头,大力发展农牧业、现代工业和服务业,加快构建现代产业体系,使西部地区资源优势转变为经济优势。对西部地区属于国家鼓励类产业的企业,减按15%税率征收企业所得税;对煤炭、原油、天然气等资源税由从量征收改为从价征收。二是以重要经济区为发展引擎,实行整体推进和重点突破相结合,提高西部大开发的综合效益。加快西部地区基础设施建设,重点加强综合交通网络、信息基础设施和水利基础设施建设。扎实推进成渝、关中一天水和广西北部湾等经济区发展,支持呼和浩特、包头、银川、新疆天山北坡、兰州、西宁、格尔木,陕甘宁等经济区发展,培育滇中、黔中、西江上游、宁夏沿黄、西藏“一江三河”等经济区,形成对周边地区具有辐射和带动作用的战略新高地。

对于东部民间资本来说,投机的机会越来越少,而且风险越来越高,不如也“转型升级”,换一换追求财富的思路,“风物长宜放眼量”,投资于西部大开发,那可是回报丰厚的好买卖。

(2010-7-22)

引导更多民营资本进入实体经济 >>

5年前国务院出台了鼓励支持民营经济发展的“非公经济36条”,5年后又出台了鼓励和引导民间投资健康发展的“非公经济新36条”。两者的相同之处是充分肯定非公经济的地位,鼓励非公经济在更多的领域投资,支持非公经济健康发展;不同之处在于“非公经济新36条”为民营资本开拓了更大的投资空间,而且还有具体的举措跟进——国务院办公厅近日发布通知,要求进一步明确部门和地方的主要工作任务,研究提出具体实施办法,将鼓励和引导民间投资的“新36条”作为任务,细分40项并下发至发改委、商务部、财政部等20多个部门以及地方政府。

国务院在通知中明确,各地区、各有关部门要对涉及本地区、本部门的工作进一步分解细化,制定具体措施,认真抓好落实。同时要求多个部门间要密切协作。发改委被要求负责统筹、跟踪落实情况,并按年度将工作完成情况汇总报国务院。国务院办公厅将对政策措施的落实情况适时开展督促检查。

30多年来,在党的改革开放方针指引下,民营经济异军突起,已占我国GDP总量的55%以上,吸纳城镇人口就业的80%以上。有的民营企业已成为国内行业的排头兵,有的民营企业参与国际竞争在国际市场中占有一席之地,更多的中小企业在激烈的市场竞争中灵活经营,从而大大增强了中国经济的实力、增添了中国经济的活力。在应对国际金融危机中,广大民营企业经过艰苦卓绝的努力,经受风浪,凤凰涅槃,提高了抗风险能力。但是,我们也要清醒地看到,民营资本的投机性正在上升。这一方面是由于目前投资领域不够宽,另一方面是由于目前投机的获利远远高于投资的获利,并且投机的风险似乎不高。引导更多民营资本进入实体经济,既是确保经济平稳较快发展的需要,也是民营经济发展壮大的需要,更是加快

经济发展方式转变的需要。在“新 36 条”和国家产业政策的引导下,民营经济完全能够成为转型升级的又一支主力军。有条件的、有实力的大型民营企业可以进入垄断行业,增强垄断行业的竞争能力。民营企业可以进入战略性新兴产业,这是金融危机后的新经济增长点,如果民营企业能够在战略性新兴产业占到重要的位置,对提升我国的国际经济竞争能力也会有积极作用。民营企业可以更多的进军国际市场,将国际资源、市场、资金、技术、人才为我所用。民营企业可以通过转变经营模式,通过转变商业模式、延长产业链等方式,向利润空间的高端延伸。民营企业应当看到“新 36 条”带来的投资机会,从中找到适合本企业的项目,开拓新的发展空间。

毫无疑问,“新 36 条”的出台,有利于确保经济平稳较快发展,有利于民营经济进一步发展壮大,有利于加快经济发展方式转变,有利于我们在后金融危机时期谋求新的发展。这项大的政策,利好的预期非常高,但是要把利好的预期变为利好的现实非常不容易,营造良好的政策环境是关键。把政策细化,把举措做实,就是在落实“新 36 条”,为民营经济健康发展营造良好的政策环境。这需要中央部门和地方政府共同来切切实实地做。

(2010—8—5)

能学学尤努斯的无抵押贷款吗? >>

已经有一段日子了,中小企业,特别是小企业,关于生存困难的呼声越来越多、越来越高。其中,资金周转难首当其冲。

最近全国工商联的一份调研报告称,目前中小企生存难度超过 2008 年,一些企业倒闭的直接原因都是资金链断裂。全国工商联刚刚完成了对 17 省市中小企业的大调研,调研摸底的结果显示,当前中小企业生存非常艰难,困难程度甚至超过了 2008 年金融危机爆发初期。2008 年时外需虽然缩减,但信贷的放松让企业资金面并不紧张,而当前企业的处境是,外需还未真正恢复,银根的紧缩致使绝大部分中小企业资金链岌岌可危。很多劳动密集型出口行业,过去可以通过订单质押

获得订单金额大约六成左右贷款,用于先期支付工人的薪酬、电费以及供应商的货款,待出口完成收款后再偿还利息。但在银根紧缩的背景下,一些出口商已经难通过这种渠道获得贷款的支持,不得不投向民间借贷市场。调研中,90%以上的受访中小企业表示无法从银行获得贷款,小微型企业的融资状态更为窘迫。据该人士介绍,中小企业能从银行拿到2—3分利(月息)的贷款已经相当不错,浙江的地下金融的月息利率甚至已经高达5分以上。“现实的情况是,贷款也难,不贷款也难。”除了首当其冲的融资问题,原材料价格、劳动力成本、人民币升值、用地成本导致了企业的经营性成本不断上升,而企业的产品价格却难以同步同幅度提升,这使得企业利润遭到严重挤压,很多小微企业利润已经出现大幅下滑,相当部分企业处于亏损边缘,不少企业已经亏损。虽然“并未出现企业倒闭潮”,但已经出现囤积倒卖原材料、转向投机性经营等趋势,因为如此所获得的投机收益远远高于生产加工产品获得的收益。

虽然我国进入世界500强的企业多起来了,但我们决没有理由因此而轻视中小企业。理由很简单,中小企业提供了绝大多数就业岗位、提供了绝大多数市场所需要的产品。与此不相称的是,中小企业没有得到应有的帮助,尤其是很难得到资金支持。中小企业绝大多数是民营企业,绝大多数资产不多,有的甚至连厂房还是租用的,抵押物极少,这类企业求得银行贷款本来就难,如今银根抽得越来越紧,融资更是难上加难。不得已,有的中小企业转而走向民间借贷。可是支付高利息,等于是给放贷者打工,弄不好还亏损。在银行家眼里中小企业就那么不可信?

不由得想起了孟加拉国银行家穆罕默德·尤努斯的无抵押贷款。1983年,尤努斯创立了乡村银行,专门向最穷苦的孟加拉人提供微额贷款,以帮助他们实现个体创业,从而永远摆脱贫困生活。他的扶贫方案很简单:为穷人提供适合他们的贷款,教给他们几个有效的财务原则,然后他们就可以自己帮助自己。经过30余年的实践,他的“贫困经济学”得到了证明;他的扶贫事业从最初的27美元借款已经发展为一个拥有2000余个分支机构、惠及600余万穷人(其中58%的人依靠微额贷款已经脱离贫困线)、还款率高达98.89%的庞大乡村银行网络。尤努斯被称为“穷人银行家”。2006年10月,瑞典皇家科学院诺贝尔和平奖评审委员会宣布将2006年度诺贝尔和平奖授予孟加拉国银行家穆罕默德·尤努斯及其创建的孟加拉乡村银行(也称格莱珉银行,GrameenBank),以表彰他们“自下层为建立经济和社会发展所做的努力”。

尤努斯贷款的对象很多是妇女,很多人一贫如洗,连可供抵押的“27美元”资产都没有,但是尤努斯还是放心地将钱借给她们,她们也非常讲信用,还款率高达98.89%。事实说明,并非没有资产或者资产非常少的人就不讲信用,在相当程度上,她们更加珍惜获得贷款的机会、更加谨慎地使用来之不易的贷款、更加有效地使贷款产生效益,从而使银行和自己都得益。

同理,虽然中小企业可抵押的资产不多,但并非就不讲信用,在相当程度上,它们会更加珍惜获得贷款的机会、会更加谨慎地使用来之不易的贷款、会更加有效地使贷款产生效益,从而使银行和自己都得益。尤努斯和他的乡村银行能够做到的事情,我们的银行就做不到?

看看银行的不良贷款记录,是中小企业的贷款总额多,还是所谓的大企业的贷款总额多?因此,放宽并乐于对中小企业信贷应当成为银行业的自觉行动,当然监管者对此也应该有政策指导。

(2011—8—1)

国有银行利润飙升与中小企业融资难 >>

同时读到两则新闻,让人有冰火两重天之感。

其一,截至8月25日,工、农、中、建、交五家国有大型商业银行中报陆续出齐。数据显示,五大行中期实现归属母公司股东净利润3618.82亿元,较去年同期增长32.28%,整体呈现较快的业绩增长。对此,银河证券报告认为,银行中报业绩持续超预期,净息差提升与中间业务强劲增长。对于下半年的净息差走势,银行人士对此表示乐观。下半年定价水平有望提升,料净息差仍有上升潜力,全年净息差则将稳中有升。

银根抽紧,需求上升,银行的贷款定价权强势,利润增长也强势,政策面为银行业带来欢乐。

几家欢乐几家愁,世界上的事情总是如此。当银行业享受着利润增长的盛宴时,广大的中小企业却在为生存发愁。

其二,中小企业生存困难的呼声越来越高,连一向平稳发展的上海也不能例外。8月25日,国家统计局上海调查总队发布了中小企业当前经营状况调查报告。由于融资陷入困境,今年上半年上海中小企业利润增长趋缓,部分企业利润持平或下滑,甚至面临亏损停产。浦东新区和崇明等区县受访的中小企业也表示,一些企业的利润率仅维持在3%—5%的范围内,部分甚至已处于亏损边缘。

目前银行仍是中小企业融资的主要渠道。不过,受访企业普遍反映,今年央行三次加息、银行资金管制力度加大,推高了中小企业融资成本和贷款难度。有企业经营者说:“财务成本越来越高,赚10元钱,要给银行4元,对中小型企业来说,压力太大了。”

即便是财务成本高,中小企业贷款仍然难。目前银行信贷资金有进一步向“大城市、大企业、大行业”集中的趋势,使得中小企业贷款难问题进一步突出。

中小企业吸纳了90%以上的就业人口,承载着社会的重荷,他们艰难地前行,他们艰难地爬坡,这个时候,作为共和国长子的国有商业银行应该向他们伸出援助之手。也许贷款给中小企业,降低一点点息差,银行会在利润的盛宴中减少一个微不足道的小菜,但会使广大的中小企业获得了生存发展的机会,稳定了就业,新增了就业岗位。这就是对构建和谐社会的贡献。

大家好才是真的好。盼望能有切实支持中小企业发展的金融政策,盼望能够把支持中小企业发展的金融政策落到实处。

(2011-9-5)

关注 4000 亿元的出发点与落脚点 >>

中国人民银行11月30日晚间宣布,从2011年12月5日起,下调存款类金融机构人民币存款准备金率0.5个百分点。这是自2008年12月以来,央行首次下调存准率。初步计算,此次下调所释放的资金将超过3960亿元。12月1日,沪深股市双双上涨。

此前央行下调存款准备金率是在2008年9月,当年为应对国际金融危机,在不到3个月的时间里曾4次下调存款准备金率。对于央行此次下调存款准备金率,经济学家们有诸多分析,归纳起来有三个方面的原因。

一是宏观层面上的原因。

• 通过下调存款准备金率平复市场的恐慌情绪,但背后的根本原因可能是人民币升值预期趋淡后国际资本外流压力的体现,体现了政策的灵活性。

• 下调存款准备金率并不意味着放松银根，也不是放松房地产调控，中国仍有巨大的货币存量，这决定了今后几年都必须实行稳健的货币政策。

• 央行下调存款准备金率不应被理解为货币政策发生方向性变化，央行下调存准率可谓流动性对冲政策。

• 央行已注意到经济的下行风险，也是货币政策转向的开端，同时，此次调降在中央经济工作会议前，表明政策已经超前反应。

• 此次下调存准率，将缓解银行存款负增长的现状，为银行明年初发放新一轮信贷做好准备。

• 准备金率下调对什么东西有影响要看银行的信贷。如果它要定向宽松，比方说保障性住房的建设，比方说向一些在建项目的资金的保证，那么银行的信贷，相关的资金投资机构能够按照定向宽松的方法去执行，就会产生对一些特定行业的影响。

• 通胀刚刚回落，手就伸去摸烟枪，就此抽下去，通胀将卷土重来。

二是房地产行业层面的原因。

• 下调存款准备金率是从整个宏观经济的需求出发，缓解当前货币市场资金偏紧的举措。这种微调并不是针对房地产行业的，更不意味着房地产宏观调控政策的放松，也难以改变房价下降的趋势。

• 在目前的房地产市场不景气形势下，央行放松的流动性，难以“滋润”到房地产业中。

• 存款准备金率下降可稍微缓解房企的资金困局，个人房贷申请难度也将降低，但对房地产的调控力度仍难放宽。

• 准备金率的下调对流动性方面可能会有所好转，特别是对个人的住房贷款，对房地产销售方面也是利好消息。银行对房地产贷款和其他房地产相关的贷款，是不是也有所放松？这要看银行的信贷政策的过程。

• 央行这次降低准备金率虽然方向并不是针对房地产市场，但是房地产市场也会因此而受益。就像 2008 年一样，那次政策放松也是因为次贷危机，房地产市场因此受益很大。

• 随着存准率的下调和明年一季度银行贷款额度的回升，若放款周期有一定程度的缩短，将对目前严重依赖项目回款速度的开发商的资金压力有所缓解。

三是中小企业方面的原因。

• 这次释放的流动性会更多流向实体经济行业。

• 今年以来，因信贷紧缩，中小企业广泛遭遇“钱荒”困扰。此次下调存准率，受政策支持的企业将首先受到信贷支持。

• 目前市场资金都很短缺，银行在配置资源时不一定能更多地给予中小企业。因此，下调存准率对于中小企业缺少资金问题会有改善，但是不会有很大改变。

• 现在存款准备金率下调,将有一个信贷流向,这可能对中小企业有一定帮助,但是中小企业不要期望值太高,那些好的企业可能能得到援助,但是差的企业永远是融资难的问题。

下调存款准备金率是何目的?依我看,简单得很,只要关注近期银行新增贷款的流向,也就是关注被释放的 4000 亿元投向哪里,就可以看出政策导向与实际操作是否一致性。我们现在以及不远的今后需要什么,出台的政策能否与其匹配,只能由市场来验证。说得通俗点,这是个出发点与落脚点是否符合预期的问题,考验的是对市场的驾驭力!

(2011-12-12)

发展民营经济

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

民营企业要加快“二次创业”步伐 >>

在新的形势下,民营企业要生存发展,就必须进行“二次创业”,就必须加快“二次创业”的步伐。

民营企业为什么要进行“二次创业”?杭州的民营企业在全国起步较早,大多数已经完成了原始积累,有的已经具备了相当的经济实力,甚至成为国内同行业中的龙头企业。但是,随着国内外市场的变化和竞争格局的变化,要仍然像过去那样用累积滚动的方式寻求更大规模的发展就非常艰难。中小型民营企业则在资本实力、发展眼界、科学管理、技术提升、市场拓展等方面受到种种制约,也难以在激烈的市场竞争中快速发展。另外,随着全国不同性质企业的迅速转制,灵活经营机制的快速形成,一批内资强势企业正在迅速崛起,民营企业原来比较明显的机制优势已经不复存在;WTO的保护期即将过去,国际资本进入我国的势头正越来越强,尤其是跨国公司抢滩中国市场的步伐正越来越快。现在所有的企业在市场竞争面前几乎站在了同一起跑线上。面对这样的变化,民营企业如果不抓紧进行“二次创业”,把企业做大做强,就有可能出现生存危机。市场竞争,不进则退,不前进就会被淘汰,这是一条客观规律。民营企业一定要树立强烈的危机意识和发展意识,解放思想,积极进行“二次创业”,谋求新的发展。

民营企业怎样进行“二次创业”?这当然可以有多种途径,可以进行多方面的探索,但是更要十分注重借鉴那些成功企业的典型经验。“万向”“传化”等企业的“二次创业”,是通过与跨国公司合资合作、“嫁接”改造,迅速扩大了企业的规模实力,提高了企业的技术水平和管理水平,提升了产品的档次,增强了市场竞争力。它们的实践经验告诉我们,以民引外、民外合璧是民营企业做大做强的捷径。

目前,一些民营企业在资产达到千万元以后,出现了富而思稳、富而思守、富而思安的思想,不思进取、不求发展,只想过笃笃定定的小日子。面对经济全球化的浪潮、面对国际资本的大举进入、面对多元化经济成分的迅速崛起,民营企业仅仅靠原地踏步而想守住摊子,这只是一厢情愿,决不可能。另一些民营企业患得患

失,既想求发展,又不愿意突破原有的模式,怕产权关系改变以后失权、失利,而没有看到这种改变对企业发展的巨大推动作用。还有一些民营企业没有辩证地看待竞争与合作的关系,只看到企业间竞争的一面,没有看到合作发展的一面。只讲竞争,没有想到合作。面对变化了的经济环境,民营企业与资本实力强、技术水平高的跨国公司合资合作,就可能能够迅速做大做强。

因此,民营企业当务之急是要解放思想,树立开放合作的观念,坚决克服怕失权、怕失利、怕冒富的思想,坚决防止富而思稳、富而思守、富而思安、只竞争不合作等倾向,大力弘扬“创业、拼搏、争先”和“大气开放、富而思进”的时代精神,加大对外开放的步子,通过以民引外,实现“二次创业”,在把企业做大做强的同时,对杭州经济的发展作出更大的贡献。

(2003—8—22)

以“八个新突破”把杭州打造成民营经济强市 >>

改革开放以来,特别是近3年来,杭州市对民营经济实施放心、放手、放开、放胆和不限比例、不限速度、不限规模、不限经营方式的政策,民营企业经济实力不断增强,经营领域不断拓展,科技含量不断提升,社会贡献不断增大,产权结构不断优化,企业素质不断提高,杭州市已经提前实现民营经济“三年倍增”目标,实现了从国有经济大市向民营经济大市的转变。民营经济在杭州经济社会发展中起到了极其重要的作用。

与此同时,我们必须清醒地看到,杭州市民营经济要进一步加快发展,还存在体制、资源、人才、政策等多方面制约,只有进一步解放思想、锐意改革、不断创新,切实消除这些制约因素,才能不断加快杭州市民营经济的发展。当前,我们正处在重要的战略机遇期,党的十六届三中全会提出了“大力发展和积极引导非公有制经济”的要求,我们要把推进民营企业“二次创业”,作为贯彻落实十六届三中全会精神的重要举措来抓,作为进一步完善我市社会主义市场经济体制、解放和发展生产力的重要举措来抓,要以“八个新突破”打造民营经济强市,努力实现民营经济新一

轮“三年倍增”目标。

我们要努力在八个方面实现新突破：“非禁即入”，开放领域，实现民营经济发展空间的新突破；解放思想，更新观念，实现“以民引外、民外合璧”的新突破；发挥优势，打造特色，实现民营高科技产业发展的新突破；扶优扶强，集约集聚，实现培育龙头企业和块状经济的新突破；练好内功，夯实基础，实现民营企业体制、管理、技术、文化创新的新突破；加大培训，积极引进，实现民营企业队伍建设的新突破；形成氛围，搭建舞台，实现个人创业的新突破；公正公平，优化服务，实现改善服务环境和“国民待遇”的新突破。当前，特别要走好用高新技术和先进适用技术改造、提升传统产业，大力发展高新技术产业，“以民引外、民外合璧”的关键“三步棋”。

实现民营经济新一轮“三年倍增”目标，有利因素很多，困难也不少，任务很艰巨。各级党委和政府要以“三个代表”重要思想为指导，认真贯彻党的十六大、十六届三中全会精神，进一步推进“五大战略”，消除一切阻碍民营经济发展的思想障碍、体制弊端、政策限制，营造有利于民营经济发展的良好环境。民营企业要通过“以民引外、民外合璧”，积极谋求新的发展；要通过体制、科技、管理、文化等方面的创新，提高综合素质，增强市场竞争力。

(2004-2-13)

影响民营经济发展的市场因素有哪些？ >>

“新 36 条”的出台以及国家有关部委和各地正在拟订中的实施细则，使我们有理由相信，中国民营经济的发展将会有更加良好的政策环境。中国民营企业将在更加开放、更加公平的政策指导、鼓励、保护下，更加放开手脚参与国内外市场竞争。中国的经济发展，在很大程度上是取决于政策导向的，因此，即使把这看做是民营经济发展的新契机也毫不过分。

另一方面，经济的发展，企业的发展，不仅取决于政策，市场环境也起到了相当的作用。尤其是当政策环境确定了之后，市场环境就成为政策能否产生预期效应

的关键。目前,中国民营经济的发展,正面临着这样一种局面。有研究认为,目前经济形势非常复杂,国际因素与国内因素相互叠加,短期矛盾与长期矛盾相互交织,有多种因素影响民营经济发展,既是巨大挑战也是重要机遇。换句话说,这些因素既有可能造就民营经济的新发展,也有可能制约民营经济的发展。择其要试作分析如下。

第一,世界经济格局调整与国际贸易保护主义开始抬头。为尽快摆脱国际金融危机的影响,世界各国正在以各种办法进行应对。主要发达国家开始转变消费模式,高储蓄低消费成为调整方向;有些国家准备改变服务业过度超前发展的状况,将“再工业化”纳入今后经济发展规划;有些国家陆续推出提高关税、贸易禁令、出口补贴、非关税贸易壁垒等措施,贸易保护主义重新抬头,贸易摩擦日益增多。

这样的局面至少在目前能够预期的将来是不可能改变的,除非国际金融危机的影响基本消除了。因此,致力于外贸出口的民营企业,只能丢掉幻想,寻找出路。大的方向有两个:一个是改做国内市场;另一个是改变做国际市场的方式。要么在提高出口产品的档次、附加价值上下功夫;要么搞资本运作,利用国外的市场、资源、技术、人才谋发展。

第二,全球气候变化与绿色低碳经济发展趋势。近年来,围绕能源消耗加剧、生态环境恶化、特别是温室气体排放导致的日益严峻的全球气候变化,世界各国政府都在积极寻求对策,发展低碳经济、绿色经济、循环经济业已成为未来趋势。我国也正在积极推进低碳经济发展。

发展低碳经济,一是掌握关键技术,二是需要大规模研发投入。当前,民营企业在传统产业节能减排技术改造尚未完成的情况下,再要考虑发展清洁能源和低碳经济,谈何容易!对于大多数民营企业来说,目前还是要立足于搞好节能减排技术改造;对于那些规模大、实力强的民营企业来说,不应当只看到眼前的利益,而要着眼于长远发展,抢占未来产业发展的制高点,进一步增强企业竞争力。

第三,扩大国内需求与转变经济发展方式。这次国际金融危机对我国经济的冲击,表面上看是对经济增长速度的冲击,实际上是对经济发展方式的冲击。同样,对民营企业的冲击,表面上看是偶发的冲击,实际上是对长期以来主要以外延型、粗放型为主的生产经营模式的冲击。

粗放型的增长模式已经走到头了,这是这次国际金融危机给我们上的重要一课。吃苦头也有好处,使我们比较清楚地看到了自身的毛病,使我们对今后经济发展的思想认识比较一致,也使我们知道了遵循经济发展规律的重要性。转型升级从来也没有像现在这样深入人心。转变经济发展方式的基本思路已经很明确,就是坚持走中国特色新兴工业化道路,坚持扩大国内需求特别是消费需求的方针,促进经济增长由主要依靠投资、出口拉动向依靠消费、投资、出口协调拉动转变;由主要依靠第二产业带动向依靠第一、第二、第三产业协同带动转变;由主要依

靠增加物质资源消耗向主要依靠科技进步、劳动者素质提高、管理创新转变。前两个转变是宏观的，后一个转变侧重于企业。民营企业如何转型升级？要从企业的实际出发，选择有利于企业发展的方向，要有扎实的举措。

第四，国家十大产业调整振兴规划与发展新兴战略产业。为应对国际金融危机对我国经济的影响，国务院制定并实施了钢铁、汽车、船舶等十大产业调整振兴规划。我国在对原有产业进行加速调整的同时，也在大力推动新兴战略产业的发展。

民营企业确实可以从国家产业政策调整中捕捉到很多发展机遇，但切忌头脑发热，要根据企业的实力谨慎出牌。大企业可以考虑资本运作，小企业则应寻求产业配套，科技强的可参与发展新兴战略产业，千万别一哄而上，造成新的恶性竞争。

(2010-9-23)

着力提高以民引外水平 >>

在杭州市投资兴建的 1800 余家合资企业中，有 95% 以上的企业是外企与市内民企“联姻”的。这说明，在各地新一轮招商引资的角逐中，蓬勃兴起的民营企业已经成为杭州市引资的新载体。

说起“以民引外”，企业界的人都会举出杭州市强势民企与跨国公司联姻的例子：万向集团与美国通用汽车公司的配套合作，西子联合与美国奥的斯的合作，传化花王与日本花王公司的战略合作以及富通集团与日本昭和电线电缆公司的合资等等。这些“以民引外”的联姻，创下了民外合璧的成功典范。这种高水平的“以民引外”经验，值得众多的民营企业借鉴。

目前，杭州市非国有企业在数量上占全市的 90%，杭州个体私营经济对全市 GDP 的贡献率已达 42%，个体私营和股份制工业企业总产值占全市全部工业总产值比重接近 80%。据有关部门统计，在新一轮快速增长中，包括民营经济和外资经济在内的非国有经济投资的愿望明显强于国有经济，有望成为全社会投资的主要

拉动力量。而“以民引外”是进一步发展壮大民营经济的关键。民营企业是中国市场经济的先行者，伴随着市场经济的发展而成长，产权明晰，体制创新，机制灵活，产业基础较好，销售网络完善。同时，民营企业植根于中国的传统文化，了解中国的市场需求，了解中国人的消费习惯和消费心理。跨国公司选择与机制灵活的民营企业合作，是进入中国市场较为便捷的通道。我们现在赶紧要做的是，面临新形势，如何着力提高“以民引外”的水平。

我以为，“以民引外”，现在比以前任何时候都要强化产业政策的引导。具体能否明确这样三点：首先是采取措施鼓励发展高新技术项目，其次是积极吸引外资进入第三产业，第三是坚决谢绝高能耗高污染项目。

(2004—8—12)

万叶千花一手栽 >>

日前参加一个会议，听民营企业家谈市场、谈经营、谈发展，轮到我发言，我大谈了一通“民营经济 24 条”，这是杭州最新的政策，使不少民营企业家感到新鲜。这个“民营经济 24 条”正式的名称是《中共杭州市委杭州市人民政府关于进一步鼓励支持和引导个体私营等非公有制经济发展的实施意见》，本月 15 日在全市民营经济大会上发布的。为了表述的简便，我称之为“民营经济 24 条”。

为什么要大讲“民营经济 24 条”？在民营企业家中，“重埋头拉车，轻抬头看路”的现象，仍然在一定程度上存在。政策信息不灵，阻碍了一些民营企业家的思维，甚至阻碍了一些民营企业的发展。发展民营经济，企业当然是主力军，但主力军进军市场，有“炮火”支持与没有“炮火”支持大不一样。这里说的“炮火”就是政策，尤其是当地的政策，往往“炮火”密集，对企业发展的推进作用非常大。不错，市场的主体是企业，可政府在相当程度上主导着市场。政府用什么来主导市场？用政策。所以，搞企业不研究政策是万万不行的。有人说“政策里面有黄金”，这个比喻很有道理，尤其是当政策的“含金量”非常丰富的时候，那就更得细细地研究，把“黄金”挖出来，为企业所用，企业的发展，少说也会有事半功倍的

效果。

那么“民营经济 24 条”的“含金量”究竟在哪里呢？我看至少有三个“含金量”极为丰富的聚集点。

第一，拓展了发展空间。“非禁即入”，非常明确。除了法律有规定之外，在我们这个城市，民营资本投向哪儿都行，只要你自个儿感兴趣，当然还得有钱。不仅如此，连市场准入的条件，如前置审批、注册资金、经营范围、出资方式等等，都大大放宽了。不过，投资者也得看准了，做不好，赔了可是你自己的事。

第二，点明了发展重点。大力鼓励和支持民营资本进入四个重点领域发展：市政公用事业，基础设施的投资、建设和运营，社会事业，文化产业。这些领域以前要么是政府包揽的，要么是国有资本垄断的，现在不但都对民营资本开放，而且给予非常具体的支持，非常有必要逐字逐句研究。

第三，提供了资金支持。资金是困扰民营经济发展的“瓶颈”，许多民营企业有了好的项目，往往因为苦于没有资金而只得放弃。现在，为解决民营企业资金困难，推出了实实在在的举措，比如扩大“融资项目推介”和“银企合作签约”平台的融资规模和覆盖面，进一步完善中小企业信用担保体系，积极拓宽直接融资渠道，推动民营企业到境内外上市等。

上面说的只是“含金量”极为丰富的三个聚集点，在“民营经济 24 条”的其他条文中还有很多的“黄金”，民营企业家们尽可以放开手脚去挖“金矿”。

政策如东风，“万叶千花一手栽”，愿“民营经济 24 条”催生出杭州民营经济万紫千红的百花园。

(2006—3—29)

民营企业要敢于“啃”难题 >>

今年是杭州市实现民营经济“三年倍增”目标的“收官”之年，有必要盘点已有的收成，明确要完成的目标，找准要冲刺的突破口，以便调整“兵力部署”，突出重点，大干快上。

在民营经济主要统计监测指标中，“民营企业获省级及以上著名商标”和“民营企业获省级及以上名牌产品”去年已提前实现“三年倍增”的目标。“全部民营商品销售总额”“财政收入总额中民营经济收入”和“规模以上民营工业销售产值”，这三个统计监测指标今年若分别增长3%、14%和22%，就能实现“三年倍增”目标，达到这样的增长额，看起来困难并不大。今年实现“三年倍增”难度较大的目标有两个，“民营企业固定资产投资”要增长38%，“规模以上民营工业新产品产值”要增长40%，尤其是后一个指标，完成的难度很大。

“民营企业固定资产投资”——从政策层面上看，民营企业的项目性投资已经没有障碍了，我市上个月出台的“民营经济24条”，已经就进一步放宽产业准入门槛，鼓励民营企业投资，作出了明确而又具体的规定。现在是“非禁即入”，就看民营企业有没有本事选准市场前景好的项目。此外，从增强企业发展的后劲看，技术改造投资的力度要进一步加大。政府虽然有鼓励企业技术改造投资的政策，但关键是要企业有这方面的紧迫感，主动用足用好政策。不要着急于眼前的分红，要多想想企业的明天，着眼于企业的长远发展，积极采用先进技术和引进先进设备，提高产品的市场竞争力。

“规模以上民营工业新产品产值”——这就直接与民营企业的创新意识，创新能力相关了。不少企业感叹，产品难销，促销的费用上升，利润的空间越来越小。为什么会这样？就是因为市场上同质化的产品太多，而市场的容量又有限，供大于求。所以，民营企业要花大力气开发新产品，要在进行广泛的市场调查的基础上，开发适销对路，尤其是引领市场的新产品，抢占市场先机。要达到这样的效果，除了加大新产品开发投入，好像没有其他办法。大部分民营企业用于研发的费用低于企业销售收入的1%，有的甚至更低。新产品不至于从天上掉下来吧？

好了，实现民营经济“三年倍增”目标遇到的难题都摆出来了。回过头来想一想，与10多年前民营企业艰苦创业相比，现在这些难题真算不上什么，更何况现在的政策环境这么好。只要民营企业把这些难题真的当做难题去“啃”，没有解决不了的。

(2006—4—5)

民营企业要主动承担社会责任 >>

用“群贤毕至”来形容“2006 浙商大会”，是非常恰当的。全球浙商精英聚会杭城，论创新、谈合作、谋发展，意气风发，慷慨激昂。这样的盛会，各路媒体当然不会放过。连某浙商有“粉丝”都上报了，可见新闻报道之密集，社会关注度之高。

对于浙商群体的“商道”，官方、学者、民间评价甚高，用不着我再多说什么溢美之辞，我感兴趣的是这次浙商大会设置的国内首个“社会责任奖”。在 500 万浙商中，10 人获得“2006 浙商社会责任大奖”，14 人获得“2006 浙商社会责任奖”。“社会责任奖”的评选并不完全是根据企业的纳税多少以及捐款多少来衡量，而是根据劳资关系、环境保护、社会公益活动以及纳税、就业等多项数据的权重关系来综合评定企业的社会责任。其中劳资关系、环境保护以及社会公益活动所占权重突出。在环境保护上则实行一票否决制。

在名目繁多的商业评比中，从来都是以阿拉伯数字大小论英雄，这回不一样了，要以企业履行社会责任的程度来相比较。这说明了啥？经商的常说“在商言商”，这当然不错。但是，经商的仅仅“在商言商”就够了吗？“商道”再高明的企业家也不可能在真空中经商，他必定要依托于社会。所以，营造感恩于社会、回报社会的氛围，对企业家们谈谈社会责任感，请企业家们履行一定的社会责任，非常有必要。

说到企业和企业家的社会责任，我想起了很多年前采访杭州一位国有企业厂长的经历。那位厂长临危受命领导一家亏损了 3 年的企业，经他努力拼命 1 年，扭亏为盈，职工收入上升，限于体制原因，他个人所得甚少。我问他何以如此拼命？他说，既然做厂长，就要上对得起领导，下对得起职工，总要让职工有钱买米买菜、有钱给孩子缴学费，这些都是我的责任啊！我又想起了前些天与杭州一位企业家关于经营成本的讨论。他认为企业过于追求低成本是不负责任的行为，比如尽可能压低员工工资、尽可能采用价格低廉的原材辅料、尽可能不改善生产条件、尽可能减少在环保方面的投入等。这样做虽然提高了产品的市场竞争力，钱也赚得多

了,但损害的是员工和社会的利益。企业成本不是越低越好,而应该是合理的才好,该花的钱决不能省。

我们已有许多法律法规在规范企业和企业家的行为,可我们的市场经济体制正在完善中,存在法律法规的空白点是难免的,这就需要企业和企业家用道德来约束自己的行为,用道德来提醒自己履行社会责任,包括积极参加社会公益活动。企业和企业家的道德水平越高,他们对社会的责任感就越强,就会心甘情愿地履行社会责任、为社会多做奉献。

2006 浙商大会设“社会责任奖”,是对企业和企业家提高道德水平和主动承担社会责任的引导。当越来越多的浙商都主动承担社会责任时,我们的社会肯定会变得越来越和谐。

(2006—6—7)

钱往哪里投? >>

企业没钱要发愁,有钱也发愁。你说怪不怪? 没钱,许多想干的事,比如开发新品、建设新项目、开拓新市场等,都干不了。当然要愁啦。这容易理解。有钱还愁啥? 2006 浙商大会传出来的信息说,不少浙商手头有大把大把的钱,就是不知道钱往哪儿投才能赚得更多。

据央行有关人士估算,浙江省民营资本已接近 1 万亿元。真无法想象,如果其中的十分之一投向某些领域,会使这些领域发生怎样的巨变? 不免让人联想起近年“炒房团”“炒煤团”刮起的旋风,资本兴风作浪对产业健康发展和经济运行造成的伤害,大家有目共睹,至今仍然心有余悸。于是,有人说,要把民营资本引向自主创新,说服浙商把钱花在推进企业制度、技术、管理等方面的改革和创新上,说服浙商投资高新技术产业。这当然是十分良好的愿望。然而,如果投资楼市、效仿他人能更快更多地获利,谁还愿意去自主创新呢? 资本的嗅觉总是非常灵敏的,资本的流向总是追逐着高回报,做哪一行赚的钱更多,资本就会向哪一行集聚。在资本的角逐中,没有谁会“发扬风格”,倒是更愿意冒风险,眼前就有一例——造轿车。尽

管造轿车投入很大,行业产能过剩,竞争非常激烈,倒掉的企业也不少,可本省的民营资本仍一而再、再而三地“进场参赛”。为什么?因为投资者看到的是投资这个产业的丰厚回报。现在为什么不见大宗资本进入家电制造行业?也是因为投资者看到了家电生产的微利。

所以,在市场经济体制下,要想通过说服来改变资本的流向,恐怕不大可能。面对资本的逐利性,劝说的语言再动听,还是苍白无力。“文章合为时而著”,如何让本省的民营资本写出与“时令”相适应的“文章”?如何让本省的民营资本进入符合我省“十一五”经济社会发展要求的流向?我们可以制定产业政策,通过调整投资回报的高低来引导资本的流向。比如,增加“炒房”“炒煤”的成本,增加低水平生产的成本,增加效仿他人产品的成本,把依赖要素累积、粗放经营等低成本扩张手段而能更快获益的门槛大幅度提高。投资没有了丰厚的回报,资本潮自然就会退下来。同时,大力改善自主创新的环境,降低浙商推进制度、技术、管理等方面的改革和创新的成本,降低浙商投资高新技术产业的成本,提高浙商发展现代服务业、新农村建设的收益,就会引导浙商把钱投向这些领域。

(2006—6—14)

积极参与产业结构调整 >>

这几年,杭州民营经济的发展迈开了大步。手头有刚拿到的资料,杭州超过“双五亿”(资产和营业收入都超过五亿元)的民营企业集团有80家。前些日子,全国工商联公布的2005年上规模民营企业调研排序中(500强),杭州“军团”又获第一,至今已连续四年位居全国第一,并且杭州名列全国民营企业500强的数量已占全国的11.8%。“十分天下有其一”,这样的阵势,杭州的民营经济大市称号,可说是当仁不让。

杭州经济社会快速发展,离不开民营经济这个强劲的动力。今年上半年我市民营经济继续呈现出高速发展的良好态势,各项主要经济指标均有较快增长。民营经济总量持续增长,效益稳步提高;注重结构调整,提升创新能力;投资增势强

劲,发展后劲增强;财政贡献突出,创造就业机会。到了这个份上,民营经济大市向民营经济强市转变,既是新的发展目标,也是新形势下的必然选择,这是个战略性的转变。杭州前不久出台的促进民营经济发展“24条”,营造了有利于民营经济发展的新的政策环境,但是政策的效应归根到底是要通过民营企业的作为才能产生的。所以说,如何借“24条”的力,加快转变的速度,在转变中提升产业层次,值得民营企业特别关注、特别思考、特别谋划。

从发展思路和方向看,实现民营经济大市向民营经济强市转变,产业结构的调整是关键。目前,杭州民营企业,尤其是大集团的投资主要集中在制造业和一些传统服务业,在高新技术产业和现代服务业的投资相对比较少。高新技术产业和现代服务业今后的发展前景要明显好于制造业和传统服务业。民营企业,尤其是大集团,在谋划“二次创业”的时候,要站得更高一些,眼界更开阔一些,看得更远一些,拓宽投资领域,寻求在高新技术产业和现代服务业的发展。正所谓“北山种了种南山”。发展高新技术产业,杭州既有政策优势,又有技术优势,还有产业集群的优势。杭州的高新技术产业无论是产业的整体水平,还是产品的市场影响力,都居于国内领先水平,发展的空间非常大。民营企业完全可以通过综合利用各种资源,通过提升产业层次,开垦出一片新天地。至于现代服务业就更不用说了,杭州正在打造“东方休闲之都”,以现代服务业为重点的第三产业发展的机会太多了,民营企业正好可以大显身手。

积极推进产业结构调整,是民营企业新一轮发展的方向,是杭州实现民营经济大市向民营经济强市转变的关键。这一步走好了,杭州实现民营经济“三年倍增”的目标就有了可靠的保证。

(2006—8—25)

杭州民营经济“三年倍增”之后 >>

2004年杭州市委、市政府提出的民营经济发展“三年倍增”目标如今已经实现。三年来,杭州的民营经济发展硕果累累,已成为经济发展的主力军。统计数据显

示,在商贸、工业和投资领域,杭州市民营经济所占比重均超过了50%,发展势头强劲,成为民营经济的强势领域;三年来民营经济对当年财政的贡献度平均达到38.6%,成为财政收入的重要来源;民营企业创新和品牌意识逐步增强,大批新产品占领市场使新产品产值不断上升;一批产品被评为省级及以上著名商标和名牌产品……可圈可点之处很多。接下来要考虑的是,在“十一五”时期,杭州的民营经济如何实现又好又快发展?从政策层面看,有国家和杭州的“十一五”规划为指导,有市第十次党代会提出的建设“生活品质之城”的要求,应该说民营经济产业发展的各种路径已经非常清晰,民营企业只需从本企业的实际出发作出选择。我这里就了解到的微观层面的情况,对民营企业的具体运作谈几点想法,供民营企业参考。

第一,所有制结构。投资主体单一,当然有利于提高投资决策的效率,但也容易造成投资决策的武断,增大投资风险,不利于架构完善的法人治理结构。因此,投资主体多元化(倒也不一定是人人有股份),包括混合所有制,因资本力量之间的相对制衡,而有利于增强投资决策的理性,降低投资风险,推进法人治理结构的完善,这是比较合理的所有制结构。建议民营企业在生产经营稳定的情况下,适当调整所有制结构;尤其在投资新项目的时候,尽可能将投资主体多元化。

第二,法人治理结构。要改变“我的企业我说了算”的管理方式,将所有权与经营权分离,用制度管人管事,完善法人治理结构。对民营企业所有者来说,这样做是自我革命,改变多年形成的管理方式也许很别扭,但这是必须的。不走这一步,或者没有走好这一步,企业难以实行科学高效的管理,不利于企业的发展。

第三,以人为本。尊重员工、关爱员工,现在许多民营企业都有了这方面的意识和行动,主要是在生活方面的,这当然非常好,但还不够,还应当在更高的层面上尊重员工、关爱员工。具体来说,一是平等待人,二是提升和实现员工的自我价值。平等待人就是要让员工对企业事务有发表看法的权利,通过沟通来解决员工存在的思想问题和实际问题。提升和实现员工的自我价值就是让员工有职业尊严、有职业自豪感。要建立员工成长平台,让专业技术人才和普通员工都有职业发展的机会,体现他们不断上升的自我价值。

第四,社会责任。企业履行社会责任,首要的是做守法公民,民营企业也是如此。什么是守法公民?生产好的产品是第一位的。生产的产品至少要符合国家标准,这是底线。在这个基础上,立足于绿色、安全,在成本能控制的情况下尽可能提高产品的品质,有能力的话积极参与社会公益活动,提高企业的道德水平。当然还必须依法纳税,遵守国家的一切法律法规。

(2007-3-23)

再说企业的社会责任 >>

浙江的近百民营企业家和经济学家聚会杭城参加一年一度的《民营经济发展论坛》，这回论坛的主题是“民营企业如何更好地承担社会责任”。论坛众说纷纭，有慷慨陈词、有娓娓论理，民营企业家们从以前更多地谋划本企业的发展，转向在谋划本企业发展的同时，关注社会的进步。这至少在思想认识上是一次飞跃。企业存在于社会之中，没有社会哪来企业？古人说，滴水之恩当涌泉相报。企业发展了，想回报社会，并且把回报社会看做是企业的责任。这样的想法和行动都值得赞赏，应当褒扬鼓励，发扬光大。

我认为，不管什么所有制性质的企业，都要承担起社会责任。我把企业的社会责任分为两类：一类是承担于企业外部的，比如，参与社会公益事业等等；还有一类是承担于企业内部的，比如制造产品、为员工提供福利等等。对于前者，现在关注度比较高，企业家屡屡有宏论见诸于媒体，我不想再多说什么了；对于后者，我倒想啰嗦几句。

为社会生产好的产品、为员工提供好的福利、不损害环境，是企业首先应当承担的社会责任。

为什么说首先？这是因为企业应当把自己必须办的事情办好，由内而外地承担社会责任。

企业怎样做才算把自己必须办的事情办好？

守法是生存底线——比如，生产经营要守法，制造产品所用的原材料要符合国家标准，生产过程、检测水平要符合国际标准，产品的内外包装、储存运输条件要符合国家标准等；对待员工要守法，主动与员工签订劳动合同，为员工办理各种劳动保障，按时足额给员工发放工资，员工的工作场所要达到国家规定的劳动保护条件；对待社会要守法，生产过程要符合国家环境保护的要求，照章纳税等。说到底，就是企业的所有活动都必须在法律的框架内。企业做到了不触犯法律，才算超过了承担社会责任的“及格线”，离“良好”和“优秀”还远着呢。

有德是自我追求——企业与人一样，也有品德高低之分。品德高尚的企业，应当在守法的基础上，各方面尽可能做得好一些。比如，尽可能采用品质好一点的原材料，尽可能节约能源资源，尽可能减少污染物排放，尽可能给员工提供好的生产环境、创造好的生活条件等。“绝知此事要躬行”，到了这个份上，企业再来谈论承担更多的社会责任，听起来才可信。

(2007—4—20)

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

关注民生保障

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

能否月月“清薪” >>

又到年终岁末时，一些老问题又开始严重起来了，拖欠外来务工人员工资就是其中之一。近日，各地开始重点整治外来务工人员工资拖欠问题。

元旦前和春节前，大量的外来务工人员将踏上返乡的旅程，他们当然希望能够带上自己一年的辛苦钱，高高兴兴地回家与亲人团聚。但是，有不少外来务工人员却往往为了向用人单位追索自己应得的劳动报酬而费尽周折；政府部门为了保护外来务工人员的利益，近年来每年年终岁末都要搞“清薪”行动，帮助外来务工者“追薪”。这样的集中行动，虽然效果很明显，从另一个方面看，却透露出一种无奈：拿这些企业或这些人怎么办？

拖欠外来务工人员工资，绝不仅仅是外来务工人员与一家企业或一个企业主之间的劳动纠纷。声势浩大的“清薪”行动，虽然成效明显，但是由此也暴露出经济发展环境方面的欠缺，有损城市的形象。眼下的年底集中“清薪”，当然要抓紧做好，但我们是不是更要考虑考虑：如何走出年底集中“清薪”的怪圈，让外来务工人员每月都能领到工资，月月“清薪”。

抓一项工作，要用足用好政策，尽量发挥政策的最大效应。我看把这种经验用在整治外来务工人员工资拖欠问题上，也完全适用。保障劳动者的合法权益，国家既有专门的法律，又有相关的实施条例，我们现在要做的是如何使这些法律法规充分发挥效应，依法保护劳动者的合法权益。如果我们以这些法律法规为根本，结合本地的实际，搞出一套符合法律法规精神而又便于操作的办法，相信可以有效制约企业拖欠外来务工人员工资的行为。在企业用工方面形成了良好的法制环境，也为城市的文明加了分。

(2004—12—9)

主动建立和谐劳动关系 >>

对所有的劳动者,尤其是收入相对比较低的劳动者相关的一项新政策,现在实施了。浙江省政府决定:从今年9月1日起,将最低月工资标准最高档提升到750元,和上海相同;新的月最低工资标准分为四档,分别是540元、620元、670元和750元,每档比调整前增加50—80元,上涨幅度在10%—12%之间;各地可根据实际情况,选择确定当地最低工资标准。

浙江省自从1994年实行最低工资制度以来,12年中共调整了8次,这次是调整力度比较大的一次。这说明浙江省在加快发展经济的同时,比较注重社会公平。作为经济相对发达的地区,杭州市区历来都是选择最低工资标准的最高档执行,这回大约也不会例外。

对劳动者来说,这项政策有两点要特别搞清楚:其一,员工只要与企业签订劳动合同,或者虽未签订劳动合同但已确定劳动关系的都适用。换句话说,只要你在为企业干活,你就有权利要求企业至少按最低月工资标准发给你工资。但有的企业不肯与劳动者签订劳动合同,没有了凭据,劳动部门就没了执法的依据。其实不然,这项政策最大限度地保护了劳动者的得到劳动报酬的权利。其二,最低工资中包括社会保险中需个人缴纳的部分。这是劳动者为享有社会保障而履行的义务。

对企业来说,这项政策有一点要特别搞清楚:实行最低工资制度并不是说企业给员工发工资,只要按最低工资标准就可以了;最低工资标准是给正常劳动者支付报酬的法定的底限。也就是说,员工的工资不能低于最低工资标准,企业应当按照劳动者的岗位职责、个人业绩和企业效益确定相应的工资水平,绝对不能够拿最低工资标准打旗号,随意压低员工工资。现在,能源和不少原材料价格在上升,企业生产成本都在上升,有的企业不在调整产品结构适应市场需求上多动脑筋,不在节能降耗上多动脑筋,却把降低生产成本的主意打在了员工工资这一块上,或变相克扣,或延长劳动时间、增加劳动强度。还瞎说什么,要追求效益最大化,就得成本最低化。经济效益要追求,生产成本也要控制,但这两方面都要掌握好度,千万不能

过分苛求。就拿劳动力成本来说,不能片面追求最低化,至少要考虑员工的身心承受能力。严格执行有关劳动保护的法律法规,确保员工的身体不受伤害;给予员工被社会普遍认可的、合适的报酬,使员工对工作没有逆反心理,使员工能自立并挑起养家的担子。如果能给员工生活上工作上学习上更多的关心帮助,当然更好。劳动关系一旦和谐了,员工的积极性、创造性就会被激发出来,还愁企业搞不好吗?

(2006-9-12)

理智择业,务实就业 >>

新华社最近播发了一份对高校毕业生的调查:有 72.8%的人认为应该先就业后择业,有 46.9%的人认为在找工作时面临的最大问题是没有工作经验,有 40%的人认为个人定位不清晰是就业时候面临的主要问题;对于第一份工作,有 67.4%的人最看重自己的职位是否有发展前景,有 10.7%的人看重的是行业前景。

这份历时一个月对全国各地 15000 余名大学生的调查显示,高校毕业生的心态正在发生积极的变化。这种变化可以用八个字概括:理智择业,务实就业。

今年就业形势之严峻,尤其是国际金融危机对实体经济的影响导致就业岗位减少,这是人们都预想不到的,也是人们不愿意看到的。但是,事情就这么着了,我们只有面对。不管是平静地面对,还是忧虑地面对、烦恼地面对,都得面对。高校毕业生刚出校门,欲求自立,遇到市场骤变,就业成了一道难题,心情不爽或焦躁等,都是可以理解的。但过后还是得面对严峻的就业形势,还是要解决生计问题。帮助高校毕业生就业,政府已出台各种政策,社会各界正施以援手,然而,实现就业,还得要高校毕业生的自身作为。如何自身作为?——放宽视野,调整心态,面对现实,因人而异。

放宽就业视野,就是不局限于原定的专业选择,扩大就业的目标选择范围。当前及今后,服务业(尤其是生活服务之外的领域)发展将进入快速增长期,以现有服务需求及潜在的服务需求为导向,寻求在服务业发展的机会,应当说是明智的选择。调整就业心态,就是由原来打算“挥手”的,改变为“动手”,至少目前如此。不

图虚名,但求实效,早日上岗。面对就业现实,就是要接受就业形势严峻的现状,珍惜就业机会,先就业再择业,先“低就”再“高攀”“骑马找马”。因人而异就业,就是客观分析就业市场,恰当评价自身条件,不攀比,冷静而务实就业,做合适的自己,做最好的自己。

7月将临,高校毕业生就要离开校园了。他们中有的已经找到了工作,有的将踏上求职之路。在这里,祝愿已经找到工作的同学珍惜机会,满腔热情地投入新的生活;祝愿踏上求职之路的同学,放宽视野,抓住机遇,务实就业,早日自立。

(2009—6—25)

救中小企业就是保就业保稳定 >>

前些天,在杭州参加了一个金融支持中小企业发展研讨会,听一些企业,尤其是初创型企业,谈苦苦寻求资金支持的经历,对中小企业融资难有了深切的感受。正想着为此写点文字,就看到了中国社科院有关中小企业的调查报告,在全国4200多万家中小企业中,有4成中小企业因得不到资金支持而在生死线上徘徊。宽松的货币政策主导下的多少个亿多少个亿的信贷量,似乎与大部分中小企业无关。

中小企业在中国整个经济结构中处于什么样的地位?目前,我国约有99%的企业是中小企业,中小企业对GDP的贡献超过60%,对税收的贡献超过50%,提供了75%以上的城镇就业岗位。从企业数量上看,中小企业是绝对的绝大多数;从经济总量看,中小企业占“半壁江山”还多;从关乎民生看,中小企业的作用那就更大了,提供了大部分的就业岗位。如果我们说,救中小企业就是保增长、保民生、保稳定,应当不会有异议吧?

既然中小企业的地位和作用那么重要,既然救中小企业就是保增长、保民生、保稳定,按理,中小企业遇到困难,尤其是处在生存危机的非常时期,社会方方面面都应该向他们伸出援助之手。可是,当他们急切地、满怀希望地找银行寻求资金支持的时候,银行却对他们摇摇头。

银行也是经营单位,银行要控制放贷风险,银行有自己的运作规定,贷款要有

相应的物品抵押或者有机构担保,大部分中小企业恰恰就缺乏可以抵押的资产。再说,中小企业大家都是“穷人”,找被银行认可的“富人”担保哪那么容易啊。

如何改变这种现状?既使银行得以控制放贷风险,又使中小企业能够得到急需的资金支持?通过金融创新,是可以形成这样双赢的局面。在大力发展面向中小企业的专业银行、小额贷款公司等,拓宽中小企业融资渠道的同时,可以积极尝试融资模式创新,集聚政府、担保公司、银行、企业等进行相关利益的组合,形成新的金融产品,有针对性的为不同类型的中小企业提供资金支持。

缓解中小企业融资难,办法总比困难多,这不是说空话,因为信贷量仍然在不断扩大,不差钱,差的是用钱的办法。如果真的把救中小企业看作是保就业保稳定,就一定会创造出多种用钱的办法来。

(2009-7-16)

中国告别廉价劳动力时代是必然趋势 >>

珠三角加薪潮中的两个焦点,终于出现了好的结果。日前,本田罢工事件以增加工人的工资和年底发特别奖而结束;经历接连“跳楼门”的富士康也宣布员工整体薪资水平提升 30%外,还将执行“周休一”制度,即每周每个员工至少休息一天。

与珠三角加薪潮相关的,是各地提高了最低工资标准。自从江苏省率先上调最低工资标准后,浙江、广东、福建、上海、天津、山西、山东等 14 个省市陆续调整最低工资标准,调整幅度都在 10%以上,甚至有省份调整幅度超过了 20%。今年各地上调最低工资标准在东西部城市呈现出不同的特征:东部城市主要是结构化上调,山区调涨幅度大,沿海地区调涨幅度小;西部城市则大大增加了上调幅度。一些省市还尝试建立最低工资和物价水平的联动机制,这意味着最低工资标准调整的频率还可能更快。

其实,从去年下半年开始,在沿海其他城市,企业招工承诺的工资都在悄悄地提高,尤其是熟练工、技工的工资提高幅度更大。只不过提高工资都是企业单独的行为,没有在某一个时间点上形成集聚效应,没有形成“潮”,其社会关注度也就远远

没有像珠三角加薪潮那样高。但是,企业提高员工工资是客观存在,是必然趋势。即便没有珠三角加薪潮,广大的企业也将提高员工工资,这是由劳动力供需双方决定的,企业单方面说了不算。企业不提高工资,就招不到工人,出现用工荒。面对这样的事实,我们是否有必要问一个为什么,再决定会是否有必要做些深入研究。我看完全有必要,而且很紧迫。我愿意先抛出一块“砖头”。

为什么会在现在这样一个节点上出现加薪潮?

我认为有两个方面的因素:一是生活得有尊严是新生代农民工的追求。新生代农民工是指“80后”和“90后”,这个群体正在成为劳动力的主体。上一辈农民工外出打工以挣钱为唯一目的,他们用自己的辛勤劳动改善家庭的生活,挣的钱大部分拿回老家盖房子、给子女受教育。因为他们成长的年代物质生活更加贫乏,因此他们对于物质生活的改善要求相对不高。尽管他们在城里打工挣到的钱不多,但收入还是高于老家的人。这样比较的结果,他们觉得在城里打工挣低工资还是能够接受的。与上一辈农民工不同,新生代农民工接受教育的面和程度要大大高于他们的父母辈,有不少还随父母生活在城里,他们的思想观念多多少少已经跟上了城市的节拍,他们打工并不以挣钱为唯一目的,并不以温饱为基本要求,他们渴望像城市人一样生活,他们渴望生活得有尊严。然而,低工资不可能让他们生活得有尊严。二是城市生活成本太高,生活必需品价格不断上升。城市,特别是沿海城市,生活成本越来越高,尤其是居住和子女教育、看病的支出占据了新生代农民工收入的大部分,再加上生活必需品价格不断上升,而他们的工资与他们上一辈相差无几,他们感受到巨大的生存压力,他们的渴望与现实之间的距离是那么的遥远。面对这样的局面,他们提出加薪的要求是必然的。难道不合理吗?从这个意义上说,中国告别廉价劳动力时代是必然趋势。

说了“劳”,再来说“资”。不管你愿意不愿意承认,事实是中国之所以能够成为“世界工厂”,在相当程度上是产业工人们做出了巨大贡献。换句话说,是廉价的劳动力支撑起了“中国制造”在国际上的竞争力。在国际产业链中,我们以前只能承接获利最少的那一段,这是我们的无奈。另一方面,即使获利最少,对于处于渴望脱贫和市场经济发展起步阶段的中国来说,也只能去承接。时过境迁,经过改革开放30多年的快速发展,我们的综合国力和企业的实力都有了大幅度的提高,我们是否还要继续承接国际产业链中获利最少的那一段?

确实有不少产业包括出口企业的利润率是比较低的,工人工资的提高不可避免地对这些企业的竞争力产生影响。但这从另一个方面看,正好促进了中国制造业、加工业加快推进产业升级的步伐,毕竟企业的竞争力,不能靠廉价劳动力来维持。提高产业工人工资符合国家经济和产业政策的发展趋势,符合转型升级的要求,应当让更多的产业工人都能享受到经济发展的成果。

(2010-6-24)

建立居家养老体系刻不容缓 >>

传统的家庭赡养不堪重负，养老机构服务紧俏、一床难求。继幼儿园“入托难”之后，“养老难”又浮出水面。看看下面的一组数据，就能够明白，“养老难”问题已经是触目惊心了：

截至 2009 年底，中国 60 岁及以上的老年人达到 1.67 亿，约占总人口的 12.5%。其中，80 岁以上的老人 1899 万，失能老人达 940 万，部分失能老人约为 1894 万。

随着中国出生率的下降和寿命的延长，到 2015 年，中国老龄人口将占总人口的 15%；到 2030 年，这一比例升至 24%；到 2050 年，将有近 1 亿的中国人口超过 80 岁。养老正在成为越来越严重的社会问题。

截至 2009 年底，全国各类老年福利机构 38060 个，床位 266.2 万张。从国际经验来看，市场经济发达国家的养老服务机构每千人拥有的床位数在 50—70 张。在中国，65 岁以上的老人每千人拥有的床位数不过 23.5 张。保守估计，养老机构的床位缺口数量在 300 万以上。专业的护理人员更是奇缺。全国所有机构的护理人员仅有 20 余万人，而拿到护理证的只有 2 万多人。

有专家疾呼，大幅增加养老设施和服务投入已是当务之急！

按中国的传统，对老人的照料义务，更多是由家庭承担，但家庭的扶养能力却几乎达到极限。多年来家庭小型化的趋势，以及现代化背景下“空巢”家庭的激增，传统的家庭赡养早已不堪重负。“一个失能老人拖累一家人”，这非常概括地反映出不少中国家庭的窘境。

中国独生子女政策实施至今已有 30 年。第一代独生子女的家长已步入晚年，中国正全面迎来“421 家庭”时代，一对夫妻赡养四个老人和抚养一个孩子的家庭格局日益成为主流，负担极为沉重。另外，城市化的快速推进，人口流动、家庭小型化也大大冲击了家庭旧有的代际抚育功能。《中国青年报》的一项调查说，有 90% 以上的“80 后”无法赡养父母。其原因，一是收入不高，支出不低，面临的生活压力过

大。二是职场压力太大,花在工作上的时间过长。三是照顾子女生活学习花去很多精力。

养老,对许多家庭来说,不得不求助于社会机构,这越发加剧了社会养老服务资源的短缺。

有消息说,基本养老服务体系规划建设正列入“十二五”规划中,这也是这个项目首次正式进入国家的五年规划。据了解,规划将明确中央到地方各级的财政资金投入。这当然有利于养老事业,但是,国家究竟能办多少公办养老院?究竟有几成老人能够入住公办养老院?虽然目前还不知道国家“十二五”期间在这方面的投入有多少,不过要靠国家的投入来解决养老问题,看来是不可能的,也不现实。

一方面要开放养老市场,鼓励兴办养老机构,通过公建民营、民办公助等方式增加市场供应。另一方面要大力推行居家养老。从各地的实践看,居家养老比较可行。把居家养老作为养老的主要方式,以社区服务为依托,机构养老为支撑。

在居家养老方面,当今社会紧缺的服务有三个方面:一个是日常生活照料,像家政服务一样帮老年人打扫卫生;其次是老年人生病短时间卧床时,身边需要有人全天候照料;第三是老年人心理、情感方面的精神需要,比如带老人出去走走,接触一下社会。综合起来看,就是居家养老还缺乏完善的体系。因此,要推进居家养老,关键是要加快建立居家养老服务体系,现在已经到了刻不容缓的地步!

(2010-9-9)

和谐是企业发展的基石 >>

最近,一个偶然的的机会看到一家民营企业的文件——《和谐建设发展指导意见》,26条,7000多字。难得的是这份文件制定并实施于5年前,完全是企业的自觉行为。

《和谐建设发展指导意见》内容分为三部分。

第一部分,坚持依靠员工办好企业,着力完善企业民主管理。强调要通过鼓励、倡导、规范员工参与企业的经营、管理和建设发展的决策活动,着力完善企业的

民主管理和文明建设。具体要求是：健全职代会组织，优化代表结构；规范职代会职权，保障员工经济利益和民主权利；健全工会组织机构，组织职工依法通过职工代表大会或职工大会和其他形式，参加企业民主管理和民主监督，帮助和指导员工与企业签订劳动合同，就劳动报酬、工作时间、休息休假、劳动安全卫生、保险福利等与企业平等协商、签订集体合同，并监督集体合同的履行，调解劳动争议；组织员工开展劳动竞赛、合理化建议、岗位练兵等群众性活动，适时开展劳动竞赛和合理化建议活动，积极鼓励员工岗位创新创业，做好困难员工帮扶救助工作；坚持和完善企务公开制度，在工程建设和大宗物资采购上继续实施招标管理办法，将招标、施工、筹建的职责相互分离、互相制约，通过公开、透明、规范的管理措施，有效降低项目建设成本。

第二部分，构筑和谐劳动关系，健全职工权益保障机制。具体要求是：维护企业和员工权益，规范劳动合同签订；无论劳动合同期限的长短，双方一经签订，用人单位即应依照规定为员工缴纳社会保险费。高度重视和切实保障员工休息权利，严格控制加班，遇节假日或重大营销活动，确需员工加班加点的，应事先征得工会组织和员工的同意，依照劳动法规定支付相关报酬，员工在法定节假日加班不能以安排补休代替加班工资。贯彻实施好员工带薪年假制度，员工放弃带薪年假的必须申请并经董事长批准。创造条件，激励员工全面发展，通过外部引进、岗位培训、业余充电等多种途径，提高公司员工队伍的素质和层次。员工的文化学习、岗位技能等级、实际工作业绩状况要与员工的薪酬、福利津贴和职务晋升紧密挂钩，使企业发展需求与员工价值追求相融合。给“舞台”给机会，鼓励员工大胆创新创业，对主动勇挑重担、承担责任的员工，要给予机会；对积极应对市场竞争，提出经营管理、业务发展新思路、新点子的员工，要给“舞台”，只要条件可行、时机成熟、风险可掌控的，都允许大胆尝试大胆实践，鼓励员工大胆创新创业，成效显著的要给予特别奖励。与效益挂钩联动，建立正常合理的员工收入增长机制。正确处理好员工利益、股东回报和企业发展三者关系，做到“三兼顾”。加大对低收入老职工的保护力度，对年收入增幅未达到公司目标的员工给予补差。

第三部分，创新人文关怀举措，形成人人促进和谐的局面。关心员工身心健康，落实体检和疗休养制度。建立健全困难员工救助机制。对家庭人均收入偏低的生活困难员工，逢年过节在福利上给予倾斜照顾和慰问，患病受灾给予经济补助和资助，子女上学提供一定的帮助。保障重病员工的生活质量，患重病且治疗期在6个月以上的，给予一定的经济补助。员工家庭突发重大变故的，部门主要领导要在第一时间进行走访了解，根据实际情况给予积极的帮助和照顾。畅通员工信息渠道，十分重视听取和收集员工的意见和建议；在酝酿内部重大改革方案、责任制体系调整、经营业态转换等决策决定时，要认真听取员工的意见，切实做好员工的思想工作和解释工作，切实维护好员工的利益，使改革调整措施既促进经营发展，

又尽可能避免或最大程度减少对员工利益的影响,确保员工队伍、情绪和思想的稳定。建立员工矛盾化解机制,消除不和谐因素。矛盾纠纷发生在党员和员工之间的,党员要带头作自我批评;发生在干部和员工之间的,干部要带头作检讨;发生在上下级之间的,上一级要主动作好沟通协调工作。大事讲原则、讲态度,小事讲谦让、讲风格。进一步丰富和活跃员工的精神文化生活,通过多种渠道和方式,开展好员工的多样化文娱活动、学习活动、竞赛活动以及社会公益活动,在各自的领域内,陶冶情操,开阔视野,形成一支充满生机和活力的团队。

企业发展靠什么?靠科技,靠资金,靠政策,靠机遇等,这些确实都是企业发展的重要因素,但是如果没有人去将这些重要因素很好的运作,这些因素不可能化作现实生产力,企业的发展也就无从谈起。因此,人是企业发展中的决定因素。企业发展需要各方面的人,技术型、管理型、营销型等,缺一不可,他们是一个群体,或者说团队。如果组合得好,效率倍增,加速企业发展;如果组合得不好,因内耗而降低效率, $1+1<2$,阻碍企业发展,甚至更糟。靠什么才能把企业员工组合好?和谐建设至关重要。人心齐,泰山移。人的主观能动性充分发挥以后产生的效能是难以估量的。企业发展靠员工,发展成果由员工共享,确立了这样的理念,并落实在具体的举措中,企业就驶上了和谐发展的快车道。上面说的那家企业,近年遇到行业转型、市场剧变等多种困难,但是他们上下拧成一股绳,硬是闯出了一片新天地。在这个过程中,和谐建设起到了关键作用。

(2011-3-14)

提高基本公共服务水平就是普涨工资 >>

眼下,能引起绝大多数人关注热议的,恐怕莫过于“涨工资”这个话题了。

邻居大妈们嘀咕,星期天拿100块钞票去农贸市场买菜,得算计着花,不然还不够花。物价不断攀升,对于“打工度日”的人来说,自然特别盼望涨工资。于是,有关涨工资的信息是那么强烈地刺激着人们敏感的神经。

腾讯CEO马化腾日前向全体员工发送邮件,表示将加大2011年度调薪力度,

增加员工年收入,提高员工每月的可支配收入,并设立“腾讯安居基金”助员工买房。加大2011年度调薪力度,除了公司业绩与个人绩效等因素外,也把国内CPI增幅加大等外界因素考虑在内;优化薪酬结构,在个人年收入总额不变的基础上,将年底目标奖金的一部分转移到固定月薪中,在年收入不变的情况下,员工每月实际的税前月薪可提高9.3%。腾讯还调整了深圳住房公积金缴交比例,并将于今年设立“腾讯安居基金”,3年投入10亿元,为符合基本条件,需要首次置业的腾讯正式员工提供一定额度的免息住房贷款,资助他们早日实现安居愿望。

此消息引起了人们普遍极大的关注,网上热议空前。虽然关注并热议的绝大多数不是腾讯人,但是我看关注并热议的程度可能比腾讯人更甚。

前不久,有消息称某官员在一次全国性会议上说,中国要努力实现职工工资每年增长15%,这样在“十二五”期间就可以力争实现职工工资增长翻番。紧接着有媒体援引知情人士的话称,目前国家发改委正在起草一份覆盖社会范围较大的“涨工资方案”。没几天,国家发改委新闻部门有关人士对记者郑重澄清,国家发改委既没有“涨工资方案”,也没有这个权力。

在CPI高企背景下,对“涨工资”的特别关注和热议,折射出老百姓盼望工资上涨的迫切心情。虽然我们都盼望“涨工资”,但是光有美好的愿望是远远不够的,重要的是理性寻求百姓增加收入的途径。

通常,在以企业为市场主体的经济体制下,“涨工资”的决定权在企业手里。说得再直白一点,是否“涨工资”由董事会说了算。董事会是否给员工“涨工资”,取决于企业的盈利水平以及利润目标的设定。

当然,国有企业除外。国有企业董事会上面有国有资产监管部门,只要上头有给员工“涨工资”的指令,董事会当然会照办,与企业的盈利水平以及利润目标的设定无关。

民营企业是否给员工“涨工资”,基本取决于企业的盈利水平以及利润目标的设定。不否认少数民营企业利润的大幅增加是以员工的低报酬为代价的,这就是所谓的“劳动力报酬被低估,工资被利润侵蚀”。但是,大多数民营企业的利润空间正在变小,全国中小企业大部分是民营企业,它们的经营状态没有大的好转。今年前两个月规模以上中小企业的亏损比例为15.8%,同比扩大了0.3%,亏损企业亏损额同比上升了22.3%。对当前经济形势中的新情况和新问题,中小企业受到的影响更大,资金日趋紧张,用工成本快速增加,节能减排压力极大,税负日趋变种,土地价格变得过高,高房价带来高成本,人民币升值压力极大。因此,给员工“涨工资”的支撑因素不足。

目前绝大多数劳动者以工资性收入为主,普遍“涨工资”的可能性不大,控制物价上涨又很难立竿见影,如何改善老百姓的生活质量?提高基本公共服务水平是有效途径。基本公共服务包括三方面内容:一是为保障人的基本生存权,需要政府

及社会为每个人都提供基本就业保障、基本养老保障、基本生活保障等；二是满足基本尊严(或体面)和基本能力的需要,需要政府及社会为每个人都提供基本的教育和文化服务；三是满足基本健康的需要,需要政府及社会为每个人提供基本的健康保障。中国已经确定了基本公共服务均等化的原则和目标,换句话说,基本公共服务的对象是所有人。目前,我国的基本公共服务水平还不高,提高基本公共服务水平就是给绝大多数人涨工资。近年来国家财政收入状况非常好,提高基本公共服务水平应该不成问题。

(2011-5-9)

要着眼于养老体系的整体设计 >>

人社部就社会保险关系转续及医药卫生体制改革等问题集中答复网友时明确表示,将适时提出弹性延迟领取基本养老金年龄的政策建议。在人民网随后推出的调查中,有74.5%的网友表示反对。我们每一个人都会变老,都会面临如何养老,养老问题人人关注,再次引起热议。

一是热议延迟退休年龄问题。我国现行退休年龄偏低与人口寿命延长出现了矛盾。有专家根据城市居民的平均寿命以及健康水准,提出我国延长退休年龄应以5年为宜。同时,在此期间本应退休的人继续缴费,一方面弥补了基金总额的不足,另一方面又相对减少了基金的支出额,这将使我国养老保险基金的运行和支出更平稳。反对者认为,延迟退休年龄对于巨大的社保亏空来说只是杯水车薪。今日社保巨额亏空问题,是个历史遗留问题,主要原因有二:第一,早期国企职工的养老金均由社保基金承担支付;第二,大量党政机关乃至事业单位员工无需缴纳社保,却领取比企业退休职工高得多的退休金。这种制度设计的缺陷使得大部分纳税人不得不“供养”其他少部分人。不解决社保的公平正义问题,社保亏空问题无解。另外,假设我国平均退休年龄延长5年,每年可能会涉及上千万人,并由此导致年轻人无法进入这些岗位的问题。这一巨量岗位无法腾出,但又很难通过新开发岗位等方式来化解。

二是热议养老金保值增值。社保基金入市似乎是保值增值的主渠道。从长远运营的角度分析,社保基金也确实不能只存银行和买国债,这样的收益率根本追不上这些年的CPI增长速度,从国外相关基金的经验看,养老基金运营中包括股市投资是必然趋势,毕竟股市投资的收益会占整体收益的一大部分。反对者认为,养老金是公民的养命钱,对公民个人利益的重要性不言而喻,这也决定了养老金只能增值,至少能保值。此外,在当前我国资本市场尚难称完善的环境下,在一个十年零增长、重融资轻回报的资本市场,如果入市的地方养老金完全遵守市场规则,不搞内幕交易不用幕后特权,想盈利非常困难。

三是热议养老金不同群体的差异。当前的社会现实是,国家机关、事业单位和国企职工处于社保体系的最顶端,个人缴费偏低却享有较高的养老金待遇,而占多数比例的企业职工和农民则享受不到对等的养老金待遇。从历史发展的长远趋势来看,所有公民(当然包括农民)纳入社会养老保障体系,获得合理、适度的养老金,是一个社会文明、经济发展程度的体现。养老保险制度作为社会保障的重要内容,其目的在于为公众提供基本的生活保障。

这三个方面的议论都有一定的道理,这三个方面也确实都有改革的必要。但是这三个方面的问题,不能考虑单独去一一解决,事实上这三个方面的问题也不可能单独解决,因为它们有着内在的联系。再者,解决养老问题,还牵涉到医疗康复、生活服务等诸多方面。所以,现在我们要着眼于养老体系的整体设计,要着力构建完善的养老框架,把方方面面的因素都考虑到,环环相扣,这样才能从根本上解决养老问题。

(2012-6-18)

高等教育的结构是不是可以改改了? >>

日前,在一家餐馆与一服务员闲聊,得知她是外省某理工学院的艺术学院本科毕业生,读的是美术专业学的是油画。所学与所用风马牛不相及,她却说在杭州找到的这份工作她能够接受。

这里绝对没有丝毫轻视餐馆服务员的意思,而且在我熟悉的一些企业经营者中就有餐馆服务员出身的,我很敬佩她们的自强成才。这里想说的是高等教育中的错位现象。

近期看了多场企业招聘会,有不少应聘者求职的目标岗位是企业办公室文员、企业科室管理人员、营销策划之类,而求职者所学的专业大都不对口,有的是某工业大学艺术学院音乐专业的、有的是某理工大学传媒学院主持人专业的等,五花八门。也许大学生们知道自己无一技之长,想想上述岗位没有特别的技术含量,所以就撞上去试试看。

在刚结束的高考中,报考人数连续4年下降和弃考成为关注焦点。据统计,自2009年至2012年,我国应届高中毕业生放弃高考的人数累计已经超过300万,4年间高考报名人数降了105万。

如果上了大学还找不到好工作,我为什么要上大学呢?这一问道出了很多人的心声。尤其是欠发达地区的农家子弟,筹措学费不易,家长满心指望孩子毕业以后改变家庭经济状况,可好不容易找到的工作,薪水与其他打工者差不多。“新读书无用论”的影响正在蔓延。

专家指出,伴随着高考报名人数持续下降,高校的生源危机也在持续发酵。从2008年开始的大学考生减少现象将一直持续到2020年左右,这其中有人口出生率降低和出国留学加剧的原因。

不好的事情有时候也会引出好的结果来。从过去高等教育资源缺乏到高等教育均衡甚至是部分地区过剩,能促进中国高等教育的结构调整。从总体上看,那些所谓的研究性的高等教育过多了,特别是“和尚庙里培养道士”的高等教育多而滥。什么理科类大学办艺术学院,工科类大学办财经学院之类,说得不好听一点,有没有误人子弟之嫌?相比之下,应用性的高等教育,特别是与中国经济发展、产业升级相适应的高等教育却远远不够。清醒地看,在全球,“中国制造”在相当程度上是低端产品的代名词,而从“中国制造”走向“中国创造”的道路更不平坦。没有相当数量的具有高水平的技术操作人才,要提高“中国制造”的档次、要实现从“中国制造”向“中国创造”的跨越,根本不可能。

国际公认德国的制造业走在全球前列。其中一个很重要的因素,是德国有数量庞大的一代又一代的高水平的技术操作人才。而追根寻源,不得不说到德国的高等教育。德国的高等教育分综合大学、应用科学大学、艺术院校三大类,其中应用科学大学数量占全部高校的50%以上。伴随现代工业经济的飞速发展,需要培养大量具有解决生产中实际问题能力的专门有用人才。因此,应用科学大学应运而生,方兴未艾,其教学密切联系实际,毕业生除掌握必要的专业理论知识外,实践能力也很强,因此受到企业的欢迎。应用科学大学大部分规模不大,一般只设有几个专业,但其特色极为突出,有工程、技术、农林、经济、金融、工

商管理、设计、护理等专业，其课程设置和内容除必要的基础理论外，多偏重于应用，专业分类较细，且教学安排紧凑，学制较短。说得直白一点，应用科学大学培养的是即用型人才，企业“招之即来，来之能战，战之能胜”。现在，中国的企业迫切需要大量这样的人才，我们的高等教育为什么就不能调整调整，以适应企业的需要，适应市场的需求呢？

(2012-7-9)

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

把握经济走势

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

有关长江三角洲经济一体化的 7 个悬念 >>

今年全国“两会”期间，有关长江三角洲经济一体化的议论再次引起了广泛关注，不仅江浙沪三地领导相聚共商区域协作，一些经济学家就此发表了看法，一些企业家对此表示赞同，媒体也有了许多相关的报道。一时，长江三角洲成了热门话题。

长江三角洲包括上海和隶属江苏、浙江的 15 个地级以上城市，是中国人口最稠密、经济最发达、人民生活最富裕的经济区域。3 月 4 日，国家统计局发表的最新报告显示：2002 年这一地区以仅占全国 1% 的土地面积、5.8% 的人口，创造了国内生产总值 19105 亿元，占全国 18.5%；财政收入 4046 亿元，占全国 22%；出口总额 924 亿美元，占全国 28.4%。世界 500 强企业，已经有 400 多家在这里落户，合同利用外资总值已超过 1500 亿美元。有专家预计，未来十年内，将会有十万个外商投资项目在这里开花结果。长江三角洲地区作为中国经济的“最亮点”，越来越受到海内外的瞩目。

有关专家认为，在中国加入 WTO 的新历史背景下，积极应对全球经济竞争的挑战，进一步提升长江三角洲地区经济合作的范围和层次，加快区域经济一体化进程，这不仅对长江三角洲地区经济发展具有重要意义，而且对提升整个中国在全球的国家竞争力也具有十分重要的意义。对此，目前已经得到广泛的认同，但是，那仅仅是一种观点，要成为现实还有许许多多的变数。依我看，至少有 7 个制约长江三角洲经济一体化的悬念需要很好的解答：悬念产业规划如何制定？

因为利益主导，谁都想发展新兴的、技术密集型的、附加值高的产业，比如光电信息、生物医药、汽车制造等等，而且事实上在江浙沪三地已经出现了产业结构雷同的局面，争资金、争市场、争项目已经不可避免，怎么办？虽然这些已经是“历史遗留问题”，但以后产业发展雷同是否还会加剧？如果我们把长江三角洲当作一个区域，那么这个区域的产业规划如何制定？由谁来制定？城市间的产业分工，或者说产业错位发展也好、互补型经济也好，在理论上大家都能接受，但由谁来实际运

作？又有谁能够实际运作呢？悬念市场准入政策如何统一？

招商引资是各城市加快经济发展的重要举措，为了更多地吸引外资（指本城市之外的资金和项目），各城市竞相出台许多政策；有的即使是在同一城市，也因区块的不同而政策不同。这种因各地政策的不同，而导致市场准入条件的不同，不但不利于公平竞争，还使得资源的价值没有得到合理的体现。但是，招商引资政策的调整，直接关系到当地经济总量的增长，谁也不会听谁的，尽管这样的政策从资源价值来说可能不经济。另外，各地对不同所有制企业进入某些领域的限制也不同，这样，即使在同一长江三角洲里，也难保证公平竞争。这些现象谁能够改变呢？悬念产业链如何形成并达到合理高效？

在当今世界，分工合作是任何产业快速发展的有效途径。美国的波音飞机上的零部件并非都是波音公司制造的，上海也生产其中的一部分；同样，“红旗”轿车上的所有零部件也并非都是“中国一汽”制造的，杭产的汽车零部件也在为它配套。长江三角洲的许多城市确实有制造业及其他领域的优势，有可能抓住国际制造业等向亚洲转移的机遇，求得新的发展。但是，各个城市的优势需要整合，而不是各自为战。需要形成分工合作的产业链，以期用较低的成本，换取相对较高的效率。要达到这样的目的，仅靠市场调节是远远不够而且速度很慢的。谁有这个力量来进行城市间的产业链接呢？悬念地方壁垒如何消除？

地方保护主义是一种客观存在，无论是企业之间的商业竞争，还是企业之间的经济纠纷，都多少受到地方保护主义的影响。即使适用的是同一个条例、规章，但是在不同的地区却有不同的理解和不同的处理结果。虽然各地对此都有切肤之痛，也都会在一一定的场合历数地方保护主义的弊端。然而，要消除地方壁垒又是何其艰难。这种现象之所以难以消除，主要是由于地方利益的主导。税收的多少、统计数字的变化等，实在事关种种要害，谁愿意轻易撒手？悬念基础设施重复建设谁来制止？

如宁波有北仑港，上海在建洋山深水港，江苏已建、在建和计划建设的万吨级泊位有上百个，但港口的总效率低下、国际化程度不高，因此这么多港口并没有因航运而带来可观的经济效益。目前长江三角洲不少港口运出的货物，相当一部分是送到东南亚等地的港口，再由别人转运到世界各地的货物终点。港口的重复建设已经非常多，但有没有谁考虑过制止、调整？还有机场、道路、桥梁等设施的建设，由谁从区域经济一体化来考虑合理的布局、运转的高效？悬念行政管理如何统一？

行政区域的不同，必然造成行政管理上的差异，这种差异包括办事程序、行政审批的内容和过程等。在甲城可以这样办的事情，到乙城却不能同样办；在丙城办某些事情不用审批，而在丁城却不经过程审批不能办。行政管理上的种种差异，对跨城市的合作和各种要素的流动带来了很大的不方便，有的甚至阻碍了要素的流动。

政令的统一是区域经济一体化的基本条件之一，而现有的行政体制无法实现统一的行政管理；即便有了某个协调机构，也不可能涵盖社会的所有方面，协调全部的经济和社会活动。悬念地域文化如何相容？

长江三角洲 15 个城市大都是历史悠久的古城，有着鲜明的地域文化、强烈的地域特色、不同的人文背景、差异的思想观念，如果这一切不能够相容，那么经济一体化就很难实现。从某种意义上说，长江三角洲经济一体化的进程，不仅取决于行政的手段，而且取决于地域文化的相容。有专家做过研究，不少著名跨国公司联合失败的原因并不在经营上，而在于企业文化的不能相容。两个企业尚且如此，15 个城市的地域文化相容就更难了。要使得长江三角洲地域文化相容，恐怕不是短短的数年时间就能办到的。

(2003—4—14)

29 与 4700 的比较 >>

这样简单的数字比较，恐怕所有小学一年级的学生都能答对。但是当我们赋予这两个数字一定的经济内容，就会发现经济运行中质与量别有一层值得我们关注的关系。

前几天，国家统计局根据 2003 年规模以上工业年报数据，公布了在国民经济发展中占有重要地位、市场化程度比较高、与人民生活密切相关的 105 个重点行业利润总额前 10 位的企业，共有 1050 家企业上榜，其中杭州市有 29 家。目前杭州规模以上工业企业有 4700 多家，上述 29 家企业虽然只占杭州规模以上工业企业总数的 0.6%，但实现利润却高达 51.1 亿元，占规模以上工业企业利润总额的 26.3%；实现销售收入 396.75 亿元，占 12.7%；而拥有资产才 319.15 亿元，只占 9.8%。在这里，“29”这个数字虽然小，它的含金量却非常高。

在为上榜的 29 家企业高兴的同时，联想到另外一个问题。相对于 4700 家规模以上工业企业来说，这 29 家上榜企业只是其中的极小极小一部分，但创造的利润却占 4700 家规模以上工业企业利润总额的四分之一强。这么大的反差告诉我们，

我市工业企业之间经济效益的落差很大。从另一个角度看,工业企业赢利水平上升的空间也非常大。

面临市场竞争加剧,工业企业要做大,这原本没有错,但做大的前提是先要做强。相对来说,做大并不太难,只要有足够的投入就行;而做强就不那么容易了,你得有较强的赢利能力。一个企业的赢利能力其实是各方面能力的集中反映,包含了开拓市场、研发新品、内部管理、团队精神等。企业只有做强了,增强了市场竞争力,才有了做大的基础。办企业谁不想做大?但性急不得,还是先着力于提高赢利能力为好。

学要有榜样,赶要有目标。说工业企业赢利水平上升的空间非常大,不是空话,请再耐心看一组数字与自己的企业作一对照:去年,这 29 家企业销售收入利润率达到 12.9%,是全市规模以上工业企业平均水平的 2.1 倍;百元资产创造的利润为 16.0 元,是全市平均水平的 2.7 倍,比全国 1050 家的平均水平高出 2.51 元;人均实现利润 11.8 万元,是全市平均水平的 5.2 倍,比全国 1050 家的平均水平高出 1.6 万元。

(2004—11—6)

果若飘来天际香 >>

早上起来,打开窗,一股清香迎面拂来。一会儿工夫,房间里便飘浮着阵阵桂花香。即使不去满觉陇,大多数的杭州市民,在这金秋时节,也都能够自家的房前屋后,共享三秋桂子带给我们的欣喜。

有多少城市能够像杭州这样“果若飘来天际香”呢?数百上千年,白居易、苏东坡、杨万里、柳永……曾为满城桂香所陶醉、留恋,写下许多名篇佳作。而今,天下客商首选杭州,莫非也是闻“天际香”而来?

前些天,《福布斯》中文版的“2006 中国大陆最佳商业城市榜”揭晓,在 661 个城市中,杭州又一次高居榜首。自从这个排行榜 2004 年首次发布以来,《福布斯》连续 3 年都将“中国大陆最佳商业城市”的桂冠给了杭州。《福布斯》称杭州这座城市

为“最为耀眼的明星”，这样评价杭州：“基于传统行业应用而滋生的信息技术产业，已经成为有着同样理想的城市的楷模；更为可贵的是，民营资本和外商投资对这个城市支柱产业的渗透超过 70%。”

“花香自有蜂蝶来”，这话又一次被验证了。杭州虽然不具有资源优势，也没有港口舟楫海外之便，却依然“芳香四溢”，引来天下“蜂蝶”。也许有人会问：奥秘何在？杭州到底“香”在哪里？作为一直生活在杭州的市民，我觉得没有什么奥秘。“香”倒是有的，“香”在环境中主要体现在以下几点：

首先是政策环境。改革开放以来，杭州一直都在营造有利于发展的良好政策环境，根据经济社会发展的阶段性，及时制定促进发展的各项政策，与时俱进，加快了发展的进程。其次是人文环境。通过培育“精致和谐，大气开放”新城市人文精神，营造海纳百川、鼓励创新、积极进取、相互包容、宽容失败的社会氛围，增强了发展的信心。第三是生态环境。这一点想稍微多说几句。杭州坚持环境与经济协调发展，花了大量精力、人力、财力、物力，出台了一批相关政策，特别是实施了西湖综合保护工程和西溪湿地保护工程，不断完善基础设施，环境质量持续提高，先后获得“全国园林绿化先进城市”“国家环保模范城市”“国家重点风景旅游城市”“联合国人居奖”“国际花园城市”等荣誉称号。现在的杭州，不但宜创业，而且宜居。“花香”引来“蜂蝶”，顺理成章。

杭州快速发展、协调发展、科学发展的实践，再一次说明了一条真理——环境就是生产力。

(2006—10—7)

深入研究人均 GDP 超过 6000 美元 >>

新年闻喜讯。

1月22日，浙江省统计局在官方网站上公布了2006年全省及各市GDP初步核算数据，杭州市GDP初步核算为3440.99亿元，在全省11市中继续稳居第一。如果按杭州市户籍人口660万的大概数估算，2006年人均GDP达到6700美元左

右。2001年杭州人均GDP突破3000美元,仅仅过了5年,人均GDP翻了一番,这样的发展速度是非常惊人的。这说明杭州正进入一个经济社会加速发展的新时期。

发展的新时期必然带来新机遇,也会伴随着新的矛盾和新的问题。这就需要我们对此发展的新时期作深入的研究,了解国际经验和发展规律,把握中国国情和杭州的市情,增强适应性,提高主动性。如此,“江心似有炬火明”,日行夜航都能全速前进。

国际经验表明,一个地区的人均生产总值超过6000美元以后,经济社会发展会出新的特点:工业化、城市化快速推进,国际化、市场化整体提升;产业结构加速升级,第二产业结构优化,第三产业发展加快、比重上升;消费结构将显现宽裕型社会的特征,从偏重于物质产品逐步转向偏好于享受型服务消费;人们对精神文化的需求将向高层次、多元化发展,各种文化思想相互碰撞、激荡;社会结构和组织结构将发生深刻变化,就业形式和分配方式日益多样化,公民的民主意识、法治意识、文明意识显著提高,社会更具活力。这只是一个基本没有考虑外部因素、地区发展不走弯路或少走弯路的前提下,总体的、良好的发展趋势,也可以看做是发展规律吧。但是,一个地区的发展,它必然要与周边、甚至国内外相关联,这是经济全球化带给我们的思维方式。我们在谋划新时期杭州加速发展的时候,至少要深入研究以下三个课题。

第一,三个不平衡。即市区与县(市)发展的不平衡,杭州与全省发展的不平衡,作为沿海发达城市与内陆欠发达地区发展的不平衡。这些不平衡将会对杭州经济社会加速发展产生什么影响?我们该采取哪些对策化解不利因素?

第二,落实科学发展观。今后,资源能源等生产要素的制约将会进一步加大,环境保护的要求将会更高。除了转变增长方式,加速产业升级,优化产业结构,我们没有别的路可走。具体怎么做?构建社会公平的框架,还有哪些元素该合理组合?如何操作?

第三,提高人的综合素质(包括来杭创业务工者)。什么样的人办什么样的事。建设和谐杭州,关键在提高所有居住在杭州的人的素质,不仅仅是文化素质、文明素质,还有职业素质、道德素质、法治素质等。不是单项的素质,而是综合素质。怎么做?

(2007-1-25)

世界 500 强给杭州带来了什么 >>

刚刚看到的一份经济资料虽然只有一句话，很让人高兴——至 2006 年底，杭州市已引进 53 家世界 500 强企业，它们在杭州共投资创办了 87 家企业。

但高兴之余还有一些话想说。

世界 500 强企业最早进入杭州的时间是 1987 年，当时排名 201 位的可口可乐公司投资 5000 多万美元在杭州办了中萃公司。目前世界 500 强企业在杭州累计投资总额已超过 13 亿美元。从劳动密集型，到技术和资金密集型、IT 和生物医药等高新技术产业，再到服务业（零售业），这些世界 500 强企业的进入，使杭州对外开放水平上了一个又一个台阶，加快了杭州经济社会健康发展。同时，这些世界 500 强企业的投资也获得了预期的回报，又因为得到了预期的投资回报而再扩大投资，也吸引了其他的世界 500 强企业到杭州投资。真可谓“绿杨白鹭俱自得”，皆大欢喜。

那么，世界 500 强企业进入杭州，除了使杭州的经济总量上升、出口增加之外，还给杭州带来了什么呢？至少带来了资本、技术、理念、市场、人才、品牌等。资本就不必多说了，没有钱什么事情都没法干。引进技术，增强了杭州的工业技术能力，一些企业通过嫁接改造，与世界水平接轨了。更新理念，改变了对市场、对管理、对竞争、对生存、对发展的看法，在一个更高的平台上，放眼看世界、理性看自己。进行两个市场开发，既扩大国内市场，又开拓国际市场，市场空间更大了。集聚人才，世界 500 强企业的知名度和经济实力、研发能力、工作环境对海内外人才，特别是对中高级人才有很强的吸引力，随着世界 500 强企业越来越多地进入杭州，使杭州集聚了大量各类人才。汇聚品牌，世界 500 强企业都拥有国际著名品牌，世界 500 强企业进入杭州，使众多国际著名品牌汇聚杭州，有利于提升杭州的城市品牌和国际知名度。

在“十一五”时期，城市之间、区域之间竞争的一个焦点仍然是招商引资。这一时期，生产要素的制约将越来越大。科学发展观要求我们实现又好又快发展，如何

利用好有限的土地资源、基础设施,也就是说提高资源的利用效率,力争事半功倍,是我们在招商引资中首先要考虑的问题。招商引资的重点应当是世界 500 强企业或类似于世界 500 强的企业,而不是不管谁来,抓到手就好。舍得舍得,有舍才有得。当然,引进的项目必须符合国家和杭州的产业政策,这个前提就不用再说了吧。

(2007—3—12)

消费券:杭州标记的“中国红” >>

牛年春节,杭州老百姓共同的兴奋点是什么?——消费券!

牛年春节,杭州市向市民大派红包,分发 1 亿元的消费券给退休人员、中小學生、低保和困难家庭等。即使你我没有拿到红色消费券,也许你我的父母拿到了,要不就是子女拿到了。所以,可以毫不夸张地说,几乎每个杭州家庭都拿到了消费券。

于是,在牛年春节,杭州的影院、书店、超市、商场、餐馆等众多场所都涌动着具有杭州标记的“中国红”,一张张红色消费券,给杭州市民新年生活所增添了浓厚的喜庆色彩。

“我要用消费券给爸爸、妈妈买新年礼物!”——孩子们兴奋。

“现在当个杭州市民真当好!”——老人们高兴。

“党和政府这样想着我们,生活不愁用了。”——困难群众安心。

这必将成为杭州市民最温暖的记忆,尤其在这个国际金融危机影响的渗透面越来越广的冬天,让杭州市民感受到了春潮的涌动。

与此同时,杭州发放消费券引起了国内广泛的关注,让我们来看看众多媒体对此事的评论。

——杭州是一个富庶的城市,但就政府财政的实力而言,杭州并不是最强的,超过杭州的城市比比皆是。像杭州那样用于消费券发放,让全体民众皆大欢喜,从繁荣城市经济的角度看,这笔钱也花得远比建大广场、大马路等工程更有效益。

——杭州发放消费券意义何在？受金融危机、经济下行影响最大的是困难群众、弱势群体、低收入阶层，发放消费券，有利于提高他们的生活品质，也将对拉动消费产生积极影响。杭州的发放对象已经不仅局限于低保户和困难家庭，而是扩大到了“并不一定困难”的退休职工和中小學生，包括外来工子女，更是充分体现了消费券的公平特质。如此大面积地发放消费券，对消费的拉动作用显而易见。

——面对金融危机，我们如何转危为机？当前主要问题是消费需求不足，导致企业开工不足，这又导致员工下岗，下岗后收入少了，又减少消费，恶性循环不断。杭州市试图通过发放消费券形式，从源头上鼓励大家消费。一头保障困难人群、弱势群体，一头拉动社会消费，促进企业发展，既帮助他们度过金融危机，也拉动本地消费。杭州的举措，无疑值得称道。

——消费券使用范围很广，更注重提高困难群众、弱势群体的生活质量。政府鼓励持有消费券市民购买本地彩电、冰箱、洗衣机、手机等四大件，既帮困难群众提高生活品质，又帮企业渡难关。消费券还可以充值公交 T 卡，坐公交车；可用于数字电视续费、宽带上网服务，看电影、买书、看演出等文化消费。凭消费券，还可换取市属健身场馆统一“运动健身一卡通”；另外，消费券还可购买旅游产品，包括新杭州一日游，西溪、钱江新城等一日游、主题公园一日游等。和先前一些地方发消费券只关心困难、弱势群体的基本生活不同，此次杭州消费券使用范围更广，更趋人性化，更注重提高困难群众、弱势群体的生活质量。

(2009-2-5)

少些猜测，多研究些问题 >>

今年第一季度经济运行数据陆续发布，国民经济运行出现了积极变化，整体表现好于预期。这当然是值得高兴的。

与此相关，又看到了对中国经济受国际金融危机影响何时见底、中国何时提前走出经济低迷期等的猜测。记得去年四季度及年底，专家们都有类似的猜测，引起不同程度的争论，打“口水仗”。

说他们猜测,是他们只告诉我们“果”,没有告诉我们“因”。说实话,“因”确实非常难找。国际金融危机何时走到头?全球顶尖的经济学家们到现在都没有个明确的说法。我这样说,算不得崇洋媚外吧。故而我们这里的专家们现在不说“因”,只说“果”,是正常的。虽是无奈,倒也实在,心里咋想就咋说。于是,没有“因”的“果”至多只能算猜测了。可是,这样的猜测有什么实际意义呢?或者说,我们现在需要这样的猜测吗?

在政策效应的强劲驱动下和企业的不懈努力下,我国国民经济运行出现了积极变化,整体表现好于预期,这是事实。但是当前受国际金融危机的影响,出口需求下降幅度较大,造成企业效益下降,财政收入减少,就业困难增多,经济存在着较大的下行压力,中国经济积极变化的基础尚不稳固,任务还很艰巨,也是事实。看到前一个事实,会使人们受到鼓舞,从而更加坚定战胜国际金融危机的信心;看到后一个事实,使人们对于今后所面临的困难有足够清醒的认识。这两个事实都应当看到。目前因国际金融危机影响而出现的新问题不少,迫切需要深入研究,拿出解决问题的对策。从宏观看,中国经济目前正处在调整结构、盘整过剩生产能力阶段,中国企业正处在消化存货、转型升级的关键时期。调整,转型,话容易说,如何做?从微观看,一个地区、一个行业、乃至一个企业,如何应对面临的困难?如何独辟蹊径闯出一条新的发展路子?都迫切需要有建设性的意见和切实可行的举措。建设性的意见和切实可行的举措从哪里来?从深入实际、调查研究、综合分析中来,迫切需要有人去做,尤其迫切需要具有专业素养的专家们去做。

与其把精力放在猜测、争论和打“口水仗”上,倒不如深入实际研究研究问题,这多少总有点实际意义。

(2009-4-23)

央企加快重组步伐意味着什么? >>

在金融危机席卷全球的大背景下,没有哪个行业可以独善其身,然而“危机”既有“危”也有“机”,金融危机给国内的许多行业提供了绝好的整合机会。从年初出

台的《十大产业调整与振兴规划》到随即而来的钢铁、水泥、家电、煤炭、电力、医药、铁路和汽车等行业资产整合的全面展开,预示着上市公司的资产整合在今年已经开始加速。尤其是央企重组加速引领了企业整合浪潮。

到2010年,国资委确定央企完成重组后保留80至100家期限的最后一年,但现有央企数量仍有132家,距实现央企整合目标仍有30家到50家公司没有完成整合。近期从金瑞科技控股大股东长沙矿冶研究所被五矿集团整合,到中国兵器装备集团公司与中国航空工业集团公司签署合作协议,以及其他多家央企宣布重组事宜,意味着央企重组正进入最后攻坚战。

从产业发展规律来看,产能过剩、成本上涨以及资金饥渴是资产整合的主要推动力。从目前的情况来看,央企重组的高发区同时也是产业重组的高发区,主要集中在煤炭、电力、军工、有色、钢铁等大的领域。另外,行业集中度偏低的房地产、医药、家电和旅游等行业也值得关注。

钢铁行业。工信部日前透露,该部已组织制定《促进钢铁企业兼并重组指导意见》,明确提出重点培育三至五家具有较强国际竞争力的钢铁企业,并积极推进6至7家具有较强实力的钢企在全国范围内实施战略性兼并重组,以解决国内钢铁行业产业集中度低等结构性矛盾。目前国内钢铁产业重组格局已初步明朗,宝钢系、鞍钢系、武钢系、河北系、山东系、首钢系和江苏沙钢系七巨头格局已经显现。

煤炭行业,资源逐步向大企业集中。今年8月底,山西省启动我国规模最大的企业重组行动,矿井数将由2598个压缩到1000个。大型煤矿企业成为煤炭兼并的主角,具备一定生产能力的地方骨干企业经过省政府的同意,可兼并附近的中小煤矿。从外延式扩张空间看,西山煤电、开滦股份、大同煤业、恒源煤电、金牛能源、国阳新能和平庄能源潜力最大。

医药行业,以国药集团和上药集团为先鋒的医药重组大幕已经拉开。9月16日国药集团与中生集团联合重组,有专家认为,未来国药集团可能以天坛生物为整合平台,将中生集团资产注入,打造以疫苗和血制品为核心业务的生物制药航母。此外,国药集团还可能收购上海医工院并以现代制药为平台在化学药领域拓展。等到国药控股香港上市、中生集团注入和上海医工院整合完毕后,国药集团旗下将拥有国药控股、国药股份、一致药业、天坛生物和现代制药五家上市公司。

在上海市国有资产的优化布局以及建设国际金融中心战略部署下,10月15日,上药集团、上实集团公布重大资产重组方案。随着上海国资委将旗下医药资产整合完毕后,北药集团也有可能上演类似整合路径,即地方国资委强势介入。

家电行业,目前虽然开始从价格竞争过渡到品牌竞争和技术竞争,但是产业规模化竞争仍旧是目前产业的一个热点。从目前各家电巨头的整合结果来看,美的

通过收购荣事达、华凌和小天鹅，组成了“美的白电系”；海信通过收购科龙、容声，结合自有的海信品牌，已形成“海信科龙系”；再加上白电企业海尔电器和专注空调制造的格力电器，白电行业四大巨头格局已经形成。海尔、美的、海信三大企业的资本运作，再一次加速了行业进入强者恒强时代的步伐。

央企重组加速引领了企业整合浪潮，这是否意味着大企业大集团时代即将到来？这样一种新的市场格局，将会出现什么样的竞争态势？将会给相关产业带来什么变化？值得抓紧研究。

(2009—11—30)

真的会出现这么多国际大都市吗？ >>

来自人民日报的消息，我国 200 多个地级市中有 183 个城市规划建设目标为国际大都市。可以想象，在“十二五”期间，神州大地将继续大兴土木，城市规模不断扩大，高楼大厦不断拔地而起……

统计数据显示，我国城镇化率由 1978 年的 17.92% 发展到 2009 年的 46.59%，我们只用 30 年时间就赶上了西方 200 年的城市化历程。中国已进入城市化率从 30% 到 70% 的城市化加速发展阶段。城市化是我国经济社会发展的必然趋势和强劲动力。但如果不遵循城市发展的客观规律，不循序渐进，城市化就难以健康发展，不仅损害农民利益，也会带来严重的“城市病”。

中国真的会出现这么多国际大都市吗？

当有人提出建设国际大都市的宏伟目标时，他们是否明白什么是国际大都市？这个问题看起来有点搞笑，不知道国际大都市是个什么东西，怎么会提出建设国际大都市的宏伟目标？其实很多事情确实搞笑，“以其昏昏，使人昭昭”，我们见得还少吗？

在对某个事物不了解的时候，且慢立下与这个事物相关的“雄心壮志”。

什么是国际大都市？国际大都市最初是由苏格兰城市规划师格迪斯于 1915 年提出来的。目前关于国际大都市，国际上有代表性的解释定义有两种：第一，英

国地理学家、规划师彼得·霍尔将这一概念解释为,对全世界或大多数国家发生全球性经济、政治、文化影响的国际第一流大都市。他认为世界城市应具备以下特征:通常是主要的政治权力中心;国家的贸易中心;主要银行的所在地和国家金融中心;各类人才聚集的中心;信息汇集和传播的地方;不仅是大的人口中心,而且集中了相当比例的富裕阶层人口;随着制造业贸易向更广阔的市场扩展,娱乐业成为世界城市的另一种主要产业部门。第二,美国学者米尔顿·弗里德曼提出了7项衡量世界城市的标准:主要的金融中心;跨国公司总部所在地;国际性机构的集中地;第三产业的高度增长;主要制造业中心(具有国际意义的加工工业等);世界交通的重要枢纽(尤指港口与国际航空港);城市人口达到一定标准。

国内代表性的观点有两种:一种观点认为,国际大都市是指那些有较强经济实力,优越的地理位置,良好的服务功能,一定的跨国公司和金融总部,并对世界和地区经济起控制作用的城市。另一种观点认为国际大都市有三个特征:一是拥有雄厚的经济实力,位列世界经济、贸易、金融中心之一,对世界经济有相当竞争力和影响力;二是经济运行完全按国际惯例,并有很高的办事效率;三是第三产业高度发达,综合服务功能强。

国内外专家虽然对国际大都市有不完全相同的表述,但是综合起来的指向还是比较集中的:所谓国际化大都市,就是指那些具有超群的政治、经济、科技实力,并且和全世界或大多数国家发生经济、政治、科技和文化交流关系,有着全球性影响的国际第一流都市。理解国际化大都市概念的关键点是“影响力”问题,这种“影响力”是奠基在一定经济实力基础上的,这种影响能力既是一个动态的变化过程,也是一个相对比较的概念。

我们是否可以这样理解,国际大都市的形成,客观因素往往比主观因素更重要,国际大都市在很大程度上是历史形成的,并不是所有的城市都有可能建成国际大都市。即使一个城市有可能建成国际大都市,也只有当这个城市在历史的进程中到了某一个节点的时候,它才具备了成为国际大都市的客观条件,这时候如果抓住机遇、举措得当,顺势而为、乘势而上,才有可能成为国际大都市。过分相信主观的力量,以为万事都人力可为,已经被历史证明并且还将继续被历史所证明是很幼稚的。

如果要直观一点了解什么是国际大都市,不妨试着去了解下列已经被国际社会公认的世界十大国际大都市:东京、纽约、伦敦、首尔、洛杉矶、大阪、香港、芝加哥、多伦多墨西哥城。

妄自菲薄固然不应该,但理智面对世界、理智面对自己、理智面对我们的将来,很有必要!只有这样,中国才会出现真正的国际大都市。

(2011-3-7)

中上等收入与 1.28 亿贫困人口 >>

专家就是专家，语不惊人死不休。有专家告诉我们，中国离高收入国家只有一步之遥了。

12月12日，中国社科院正式发布《中国产业竞争力报告(2012) NO.2》称，中国按世界银行的标准2011年已经进入中上等收入国家，再往上走一步就是高收入国家了。

亲，你们信么？

各类媒体上质疑潮涌……

请允许我自作主张地代专家回复——“不管你们信不信，反正我信！”

据说，世界银行有那么个划分贫富的东西。世界银行按人均国民总收入对世界各国经济发展水平进行分组。通常把世界各国分成四组，即低收入国家、中等偏下收入国家、中等偏上收入国家和高收入国家。但以上标准不是固定不变的，而是随着经济的发展不断进行调整。

专家们大约忘记告诉我们，世界银行还有个划分贫富的东西。世界银行2008年宣布，将国际贫困标准从每天生活费1美元提升至1.25美元。

2011年11月29日，中央扶贫开发工作会议在北京召开，决定将扶贫标准调整为2300元。按照29日人民币市场汇价1美元兑6.3587元人民币计算，中国新的国家扶贫标准大致相当于每日生活费1美元。按这个标准，中国的贫困人口为1.28亿人，占农村总人口的13.4%，占全国总人口（除港澳台地区外）的近十分之一。

十分之一的人口每日生活费只有1美元就等于中上等收入国家？

请专家们认真学习胡锦涛总书记在中央扶贫开发工作会议上的讲话。

胡锦涛总书记在中央扶贫开发工作会议上强调，实践充分证明，经过改革开放30多年来的不懈努力，我们成功走出了一条中国特色扶贫开发道路。当前，我国扶贫开发已经从以解决温饱为主要任务的阶段转入巩固温饱成果、加快脱贫致富、改

善生态环境、提高发展能力、缩小发展差距的新阶段。

胡锦涛指出,到2020年,深入推进扶贫开发的总体目标是:稳定实现扶贫对象不愁吃、不愁穿,保障其义务教育、基本医疗和住房。贫困地区农民人均纯收入增长幅度高于全国平均水平,基本公共服务主要领域指标接近全国平均水平,扭转发展差距扩大趋势。要坚持开发式扶贫方针,同时实行扶贫开发和农村最低生活保障制度有效衔接,把扶贫开发作为脱贫致富的主要途径,把社会保障作为解决温饱问题的基本手段;坚持统筹城乡发展,坚持扶贫开发与推进城镇化、建设社会主义新农村相结合,与生态环境保护相结合,促进经济社会发展与人口资源环境相协调。要坚持政府主导、分级负责,坚持突出重点、分类指导,坚持全社会参与、合力推进,坚持尊重扶贫对象主体地位、激发贫困地区内在活力。

30多年的改革开放,使中国经济社会持续快速发展,全世界有目共睹,也不乏可圈可点之处。但是,我们确确实实还是一个发展中国家,我们所取得的一切成就都应该放在13亿人口的基数上来看待。再高的GDP、再多的外汇储备,除以13亿,人均还高吗?人均还多吗?

我们当然不能妄自菲薄,但更不能自以为是,万万不能取得一点成绩就“得瑟”起来,像个暴发户似的。

中国实现现代化还有很长的路要走,在前进的道路上必然会遇到各种问题,恳请专家们少唱点高调,多埋头研究研究实际问题。

(2011-12-26)

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

放眼世界风云

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

外贸企业的必修课：应对反倾销 >>

“反倾销”在 2004 年的中国有愈演愈烈之势，开年 3 个月内，就有 4 起专门针对“中国制造”发起的反倾销调查。加上已经处于应诉过程中的塑料袋、彩电、熨衣板、虾产品等案，让被诉企业、进口商和主管经贸的政府部门挠头不已。

毫无疑问，WTO 首先给我们带来的是 3 年来进出口贸易的大幅增长：中国在 2001 年 11 月 11 日加入 WTO，2002 年的出口总值就达到 3255.69 亿美元，同比增长 22.3%；2003 年增长到 4383.7 亿美元，同比增幅为 34.6%。不可避免地，随着我国外贸出口的高速增长，在全球经济不景气、贸易保护主义抬头的大环境中，反倾销作为 WTO 框架下允许的“贸易救济”手段，开始被一些国家滥用。商务部官员前不久指出，反倾销的数量和国家双边贸易的大小有密切的关系，中国企业对反倾销案应该有足够的预期。

在国际贸易中遇到暂时的挫折，正是引起企业思考的良机。从短期来说，反倾销应诉既是挑战也是机遇。参与应诉，可以通过填写大量调查问卷，将企业在销售、成本、管理等方面的架构进行系统梳理，即使最后应诉失败，也有每年进行年度复审的权利；不参与应诉，等于放弃一系列权利，也放弃了自我成长的机会。

从长远眼光看，中国的企业必须培养成熟的跨国企业心态。因为随着中国经济的持续发展，享受欧盟等国家和地区“普惠制”待遇的中国企业将越来越少，中国政府通过谈判取得的“发展中国家”优惠待遇也势必在未来的某一天被取消。在激烈的国际贸易竞争中，与其为了微薄的一点利润互相压价，甚至是在反倾销调查中互相告恶状，还不如主动寻求产品档次的提高和企业品牌的建立，学会从自我产业整合中掘金。

有专家说：“要以平常心来对待反倾销，就是不要大惊小怪，人家告我们，这是家常便饭，是国际贸易的惯例。我们现在之所以被人投诉案很多，其中一个重要的原因是我们企业对内抬价收购，对外低价竞销。再就是短期内到货猛增。出口得有一个循序渐进的过程，不能看哪个产品适销对路大家蜂拥而上，最后把这个产品

搞垮。”

中国遭遇国外反倾销增长的趋势很可能要延续很多年。被诉反倾销不完全是坏事。这恰恰说明了中国扩大出口的成功。上个世纪七八十年代世界各地都是日本货,所以世界各国都告日本倾销。现在走到哪儿都是“Made in China”。据美国贸易代表办公室(USTR)计算,中国的产业工人每小时的收入半个美元,一天劳动8个小时挣4个美元(人民币约35元),一个月1000块人民币。青海、甘肃的工人500块钱就可以招来。而美国的产业工人的工资一小时平均18个美元,是我们的36倍。便宜到让人难以置信。所以我们现在就成了众矢之的。

有专家告诫媒体和企业:“国与国之间发生贸易冲突和贸易摩擦平常之事,做生意就会有矛盾,生意做得越大,矛盾会越多。一旦和别国发生贸易冲突,一定把它当一件自然会发生的事情,不要任意扩大态势,不要戏剧化。要从舆论上帮助大家认识这个问题,我们加入世贸组织,就要到世贸组织争端解决机制中去解决问题,人家告我们、我们告人家,有时候我们胜诉,有时候我们会败诉。胜诉了不是‘伟大胜利’‘为国争光’,败诉也不是为国家丢脸,更不是国家的耻辱,总结经验教训更为重要。美国与欧盟、加拿大、日本、韩国等国的贸易量大,因而贸易摩擦比我们多。我们要在这个方面加强心理承受能力。今后中国在世贸组织的官司不断,一定要把这类事情当成贸易的问题来解决,不要把事情无限制扩大,扩大到整个国家关系的层面。”

我国现在有530多种产品被告,这当然有外国滥用反倾销的因素。但我们的企业自身有没有问题呢?比如存在低价竞销的问题吗?存在短期内到货猛增的问题吗?等等。在经济全球化的背景下,我们的外贸企业再也不能只埋头生产适销对路的优质产品,还应当掌握对外贸易的规则,更重要的是应当学会如何利用这些规则来保护自己。

(2004—3—22)

“蛇”并未“吞象” >>

如果要选 2004 年最令人关注的十大经济事件，联想收购 IBM 全球 PC 业务，我觉得肯定位列其中。在出资 12.5 亿美元和承担 5 亿美元债务之后，联想一跃而成为全球第三大 PC 厂商。这是何等令中国的企业经营者们精神振奋的壮举！媒体当然不会寂寞，这几天作了许多相关的报道。我注意到，有人兴奋地把联想收购 IBM 全球 PC 业务称为“蛇吞象”。果真如此吗？我看未必！

联想收购 IBM 全球 PC 业务，尽管有机构、有专家、有企业经营者对此提出了种种有关市场风险的担忧，但联想却对前景充满信心。现在说什么还为时过早，时间将证明一切。不管以后的结局如何，眼面前有两点是可以肯定的：一、联想此举并非一时头脑发热，而是经过深思熟虑后的出手，3 年前两家公司就曾为此事接触过；二、联想此举增强了中国企业走出国门，搏击于国际大舞台的信心。但我们不能因此而把联想收购 IBM 全球 PC 业务与“蛇吞象”画等号。

全球 PC 业务在 IBM 所有业务中所占的比重有多大？2003 年，IBM 全部营业收入为 890 亿美元，其中 PC 业务的营业收入为 95.6 亿美元，占总量的 10.74%。PC 业务只是 IBM 这头“象”的十分之一。再者，IBM 出售其全球 PC 业务，是主动“割肉”的一项战略调整，而非经营难以为继状态下被无奈地肢解。把联想收购 IBM 全球 PC 业务形容为“蛇吞象”，实在太夸张了。尽管这种夸张肯定是善意的，可对经济事件的评价却由此而失去了客观性。

其实，媒体更有必要做的是，在我们的读者，尤其是企业经营者们，在为联想收购 IBM 全球 PC 业务感到兴奋的时候，告诉他们 IBM 为什么放弃其全球 PC 业务以及联想的股权结构变化。恐怕这是更能也更有必要引人深思的。

IBM 的 CEO 萨姆·帕米萨诺这样解释“蓝色巨人”出售其 PC 业务的原因：IBM 的市场战略已经与 PC 业务之间的距离越来越远，而中国的联想集团却在 PC 市场占据着优势；IBM 将致力创建（及销售）更为复杂的计算结构及应用软件。联想此举使其股权结构发生变化：中方股东、联想控股将拥有联想集团 45% 左右的股

份,IBM 公司将拥有 18.5%左右的股份。

这些会不会是今后引发联想和 IBM 新的变化的伏笔呢?走着瞧。

(2004-12-15)

从全球 500 强排名榜看过来 >>

美国最新一期《财富》杂志公布了 2004 年全球最大 500 家公司最新排名榜,读了这个排名榜,产生了一些“边缘”的想法。

非常令人称奇的是,位居 500 强榜首的,既不是高技术企业,也不是制造业中的佼佼者,而是连锁零售商——美国连锁零售商沃尔玛公司。这已经是连续第 4 年了。沃尔玛 2004 年的营业收入为 2879.89 亿美元,比上一年增长近 250 亿美元。沃尔玛靠卖别人的产品,居然做生意做到天下第一,这说明了什么?至少说明:人们对生活服务的需求越来越大,这里面蕴藏着无限的商机;服务于人们的生活需求,同样能获得巨大的商业利益,丝毫不比从事高技术产业和尖端制造业逊色;服务业对社会的贡献并不会比其他产业小(包括创造就业机会),服务业理当受到与其他产业一样的尊重、获得同样的产业发展支持。

在今天的排名榜上,有 4 家石油公司进入了前 10 位,有人说这是托油价上涨的福。油价屡创新高的背后是什么?主要是全球对能源需求的快速上升。其实,4 家石油公司进入 500 强前 10 位并不是一个令人鼓舞的消息。当我们在为种种的现代化成果欢呼的时候,我们是否意识到,我们消耗地球能源的速度过快了?这无论是对于环境保护,还是对于子孙后代的生存,都不是一件好事儿。尤其对我们这样一个人均资源占有量比较小的国家来说,建设节约型社会真的是迫在眉睫。建设节约型社会的意义,无论怎样强调,都不会过分。

让人高兴的是,在这份排名榜上,中国公司数量有 18 家,比去年多了 2 家。其中,中石化以 750.767 亿美元的销售收入位列 500 强第 31 位,这也是国内企业中排名最前的企业。此外,中石油也从第 52 位升至 46 位。500 强中的中国企业还涉及银行、电信、汽车制造等行业,也算行业面还广吧。

(2005-7-16)

美国第二波房贷违约潮传递的信息 >>

美国楼市正迎来继次贷危机后的第二波房贷违约潮，此次发源于中高收入群的优级房贷违约风潮，将成为美国楼市乃至其整个经济体复苏路上的一大麻烦。与次贷危机由监管不力和地产泡沫破裂所造成的原因不同的是，此轮违约潮来自美国已持续数月之久的就业危机。

根据美国通货监理局(OCC)以及储蓄机构监理局(OTS)公布的最新数据显示，缴款逾期 60 日以上的优质房贷，2009 年第三季已经比前一年增至 83.8 万户。而且最近三个季度优级房贷的止赎数量增速显著提高，增幅大大高于同期公布的次级房贷的新增止赎数，显示优级房贷违约激增正在成为美国经济复苏道路上的新麻烦。

专业机构发布的有关数据显示，2009 年 10 月份包括违约、拍卖和收到银行收回房产通知在内的止赎案件数量虽较 9 月份下降 3%，但与 2008 年同期相比仍高出 18.9%。该公司估计，2009 年约有创纪录的 340 万家庭会收到房屋止赎通知，比 2008 年猛增 48%；2010 年该数据将刷新纪录，2011 年也只会稍有改善。

随着失业率的节节攀升，占美国人口约 65%到 85%的中产阶级处境堪忧，导致了该阶级大量背负的原本风险较低的优级贷出现大量违约。美国雇主近两年共裁员 720 万人，创大萧条以来最高纪录。根据彭博社调查，美国 2009 年全年的平均失业率预估将在 10%以上，将是 1948 年开始调查失业率以来最高纪录，超越 2008 年创下的 26 年高点 9.3%。优级贷的房主很多在此轮危机中沦为失业大军的成员，是造成大量逾期未还贷违约的重要原因。

分析人士指出，与次贷危机时爆发后政府再收拾烂摊子不同，此次美国政府在经历过次贷危机时的救援措施仍没有停歇，能够一定程度上控制风险，不至于酿成新一轮危机。

但是，美国第二波房贷违约潮至少传递了这样的信息：占美国人口约 65%到 85%的中产阶级日子并不好过，他们中有部分已经失业、有部分收入减少，美国中

产阶级的整体消费能力不可避免地下降。美国中产阶级是市场消费的主流，他们整体消费能力的下降，必然会影响到外贸进口。近期美国反倾销举措增多，既有贸易保护的因素，也有市场需求不足的因素。

根据我国海关总署1月10与德国统计局1月4日公布的数据：2009年中国对外贸易进出口总值为22072.7亿美元，同比下降13.9%；其中出口12016.7亿美元，下降16%，在总量上超越德国成为世界第一大贸易出口国。在中国与世界经贸往来同时面临全面收缩的2009年，中国的出口下降速度低于其他传统出口强国。这虽然值得高兴，但未来国际经贸低迷的状况恐怕不会在短时间内明显改变，中国外贸出口步履仍将会非常艰难。

(2009-1-21)

现在“莺歌燕舞”是否早了点？>>

近来，经济学家们对于近期中国经济乐观的声音多起来了，有的认为中国经济从低谷逐步回升的态势正在形成，有的甚至预言本轮经济增长周期的最低点是2009年第二季度，也就是说今年下半年可以走出“冬天”。

经济学家们之所以乐观，大约是基于这样一些因素：一是2008年中国GDP为300670亿元，比上年增长9.0%。在国际金融危机的背景下，中国9%经济增长率在全球经济中可以说是一枝独秀。二是今年元旦、春节各地节日消费火爆，似乎与发达国家市场消费低迷形成了强烈的反差。三是今年1月份中国制造业采购经理指数(PMI)明显回升。同上月相比12个指数中，只有产成品库存指数、从业人员指数下降，其余指数均明显上升，升幅多在3个百分点以上。其中，生产指数、新订单指数、采购量指数、进口指数、购进价格指数升势尤为明显，升幅超过6个百分点。

这些数字当然会坚定我们战胜国际金融危机的信心，但是这些数字并不能消除影响中国经济走势的三大难点。

难点之一：出口下降与扩大内需。今年2月11日，海关总署公布了1月中国外

贸进出口的最新统计数据：进出口总值 1418 亿美元，比去年同期下降 29%；其中出口下降了 17.5%，进口下降了 43.1%。1 月进出口首现十余年来创纪录的两位数跌幅，连续三个月出口负增长。欧美等发达国家和地区的需求不断下降，即便我们开拓新的国际市场也会有个过程，要想在短时间内使外贸出口迅速增长，是不可能的。

经济发展过多依赖外需，内需相对不足，以及内需中投资与消费的比例不合理，是我国经济发展中存在的结构矛盾，从促进中长期稳定增长的角度看，必须努力扩大内需。但生产结构的调整是一个缓慢的过程，长期以来形成的大量以国际市场为目标的生产能力，不论从总量上还是结构上都不可能在短期内由内需的增加所吸收消化。因此，扩大内需有一个过程，不可能在 2009 年内就消除结构性矛盾。

难点之二：就业压力与就业机会。2009 年的就业压力非常大，据官方目前预测，有 2000 多万农民工和 600 多万大学生急需就业岗位。仅仅解决这两个群体的就业问题就已经非常难了，还不包括可能出现的企业用工数量减少的情况和城镇新增劳动力。那么，2009 年新的就业机会有多少呢？不确定性实在太大了。

难点之三：扩大消费与增加收入。虽然各地出台了许多刺激消费的举措，也收到了一定的成效，但是不能排除传统节日消费的重要因素。扩大消费，归根到底得有两个支撑点：第一，收入的增加；第二，对预期收入至少比较乐观。要做强这两个支撑点并不容易，至少得有个过程，也许这个过程还不短呢。

写到这里，想起了一句中国的老话：病来如山倒，病去如抽丝。国际金融危机来势凶猛，影响广泛。中国对外开放度越高，就越不可能独善其身，也不可能立马走出“冬天”。我们既要有战胜国际金融危机的信心，因为中国经济的基本面没有变，还有改革开放 30 多年积累的综合国力，但也不能过于乐观，现在就“莺歌燕舞”起来。还是要保持清醒的头脑，保持敏锐的眼光，有扎实的举措——坚定、清醒、有作为！

(2009—2—19)

国际金融危机尚未见底 >>

上周，中共中央政治局进行第十二次集体学习，中共中央总书记胡锦涛指出，当前，世界经济形势严峻复杂，国际金融危机尚未见底，我国经济增长下行压力加大。准确理解胡锦涛总书记对世界经济形势和中国经济形势所作的判断，对于我们坚定信心、应对挑战、战胜危机，实现科学发展，至关重要。

近半年来，国际金融危机的影响越来越广泛，同时中央和各地应对危机的举措正在发挥积极的作用。我们既不能因国际金融危机影响的深入而悲观失望，也不能因中国经济的某些方面出现积极的因素而过于乐观，毕竟“冰冻三尺非一日之寒”。所以，我们一方面要增强忧患意识，另一方面还要增强机遇意识。一方面要充分认识世界经济环境急剧变化给我国经济发展提出的新问题新挑战，另一方面又要充分认识我国经济发展的基本态势和长期向好趋势。一方面要做好应对世界经济最困难最复杂局面的充分准备，另一方面更要统筹国内国际两个大局、善于从国际国内条件的相互转化中用好发展机遇、创造发展条件，推动经济又好又快发展。

可以肯定地说，在一段时期内，我们仍将突出面临国际金融危机影响持续加深、全球经济增长明显放缓的压力，突出面临外部需求显著减少、我国传统竞争优势逐步减弱的压力，突出面临国际竞争日趋激烈、投资和贸易保护主义上升的压力，突出面临人口资源环境约束不断增强、转变经济发展方式要求更为迫切的压力……因此，我们要认真分析国际金融危机走势及其影响，增强应对危机的预见性、主动性、创造性。

今年是新世纪以来杭州经济发展最为困难的一年，也是蕴涵重大发展机遇的一年。百年一遇的国际金融危机，通过金融、贸易、信息等多种传导机制，对我国对杭州的出口、投资、消费、民生、稳定特别是企业家、创业者、老百姓和干部的信心都产生了很大影响。面对金融危机、经济困难，丧失信心没有出路，悲观失望没有出路，无所作为更没有出路。只有直面挑战，我们才有可能危中求机、转危险为机遇。

我们既要充分认识当前国际国内经济金融环境的严峻性和复杂性,切实增强忧患意识、危机意识,把困难估计得更充分一些、把应对措施考虑得更周密一些,又要切实增强机遇意识、发展意识,注重在变化的形势中捕捉和把握难得发展机遇,在逆境中发展和培育有利因素,善于在国际国内条件的相互转化中用好发展机遇、从国际国内资源的优势互补中创造发展条件,把我们的方针“放在自己力量的基点上”,更好地利用国际国内两个市场、两种资源,扎扎实实办好杭州的事情。

(2009—3—5)

克鲁格曼的“恢复期” >>

当微观的例子与宏观的趋势相冲突,你愿意相信哪一方?

楼市回暖的信息已经时断时续流传了一些时候,近日一则“市民漏夜排队购房”的消息更是点燃了一些人的兴奋,似乎走出国际金融危机的阴影将指日可待!

也就在同一时段,吹来一阵凉风——据《21 世纪经济报道》,2008 年诺贝尔经济学奖获得者保罗·克鲁格曼在近日的“克鲁格曼中国周”上接受媒体专访时称,“世界经济将停止自由落体式的崩溃,但我觉得要从经济危机中真正恢复过来大概需要经历 5—10 年的困难时期。”

有记者问,有一些意见认为,本轮经济危机已经结束。您对此有怎样的判断?克鲁格曼的回答很有意思,危机的极端阶段几乎快要结束了。从政府的角度,或许今年 9 月就会声称经济衰退已经结束。但是我认为,经济的这种停止状态还会维持相当长的时间。这就好比疾病的急性期已经过去,不需要担心病人会突然死去。但是这个病太重了,转变成了慢性,这就意味着恢复需要很长时间。

如果我们回顾一下中国改革开放 30 年的历史,就会非常容易地发现,到目前为止中国的经济增长主要是靠外向型来拉动的。中国的国民经济总量中至少有 50% 与外向型经济有关。所以中国是世界的加工厂,中国的产品遍布全世界,也就毫不奇怪了。可是,现在,受国际金融危机的影响,发达国家国民收入大幅度减少,国际市场需求下降了,反应到中国,企业的订单减少了、出口减少了。这样的趋势

至少目前还没有明显改变的迹象。

有专家支招：一是调整出口产品结构，二是外贸转内销。话都不错的，听起来很美，但是做起来一时半会还难以有效。国际市场需求减少的趋势谁也无从快速改变；捕捉新的需求不是那么容易的，即便抓住了新的需求，研发、生产、销售也有个过程，不可能立竿见影。再说“外贸转内销”，两者路数完全不同，就像船与车，虽然同是交通工具，可船能在高速公路上跑吗？

所以，走出国际金融危机影响，得假以时日，性急不得。我们曾经享受了经济全球化、外向型经济的很多好处，如今也只能接受它带给我们的“副产品”。这并不是悲观，更不是说可以无所作为了。我们当然要努力工作，尤其要保持清醒的头脑。

(2009—5—29)

公平贸易在非常时期遭遇国家利益 >>

谁都知道出口的好处，没有哪个国家不希望多出口本国的产品。尤其在遭遇国际金融危机，全球需求下降的时候，哪个国家都希望本国的出口产品规模不缩小，这样至少可以稳定就业。然而，客观情况是，全球需求下降必然导致总体上出口贸易萎缩。在这种情况下，不让进口产品冲击本国市场，保持本国的产销平衡，变得非常要紧。因此，贸易保护主义抬头是必然的。尽管哪国都明白，贸易保护主义不利于经济全球化，不利于公平贸易，会损伤国际市场的完整性，所以，全球主要经济体早些时候一致声讨贸易保护主义。但是，现实的经济利益和短期刺激经济的需要，使得一些国家说的是一套，做的是另外一套。

已经是“世界工厂”的中国，多年来出口额一路上升。正因为出口量大，在这个非常时期所受到的出口遏制也特别多。今年上半年，中国有 82.76 亿美元出口产品陷入贸易官司，远比去年全年 62 亿美元的涉案金额高。这显示，金融危机爆发以来，全球贸易保护方式正在不断创新，措施不断增多。我国去年全年遭遇反倾销调查 73 起，反补贴 10 起，分别占全球案件总数的 35% 和 71%。今年形势更加不乐

观,15个国家对中国发起60起“两反两保”(反倾销、反补贴、保障措施、特定产品保障措施)调查。从鞋类、家具、建筑陶瓷、玩具、纺织品等劳动密集型产品到钢铁、铝材等资源大宗产品再到高新技术产品,中国越来越多具有出口优势产品遭遇贸易壁垒。

公平贸易在非常时期遭遇国家利益,一些国家会采取各种手法进行贸易保护。目前贸易保护主义呈现多样性,除了采取反倾销、反补贴等措施以外,还采取技术壁垒、提高关税、进口管制、政治补贴、货币贬值等手段。一些国家的反补贴调查直接挑战我国宏观管理政策,在各个国家对我国反补贴调查中,我国被指控的中央经济政策达50项,地方经济政策上百项。尽管我们可以作出客观的解释,可人家不愿意认可我们的体制因素和金融贷款、土地、税收等政策。

可以预言,至少在全球经济复苏之前,贸易保护主义行为将有增无减。一方面,我们要建立应对机制,建立部门之间、省级政府和各市乃至县区政府之间、政府和企业之间、企业之间多个不同层面的协调应对的机制。另一方面,我们要了解、掌握、运用国际贸易规则,避免给人以口实。比如,地方政府在出台一些鼓励政策促进投资和出口时,要注意要遵守WTO规则,例如出口补贴是严格禁止的。

(2009—8—6)

中国女工“巧遇”诺奖得主的联想 >>

中国女工怎么会“巧遇”诺奖得主呢?这是我把她们扯在一起的。因为在同一天里,两则国内外新闻让人产生了联想。

先说国内新闻。2009年10月12日央视《经济半小时》播出《珠三角第一代打工者没法退休》的节目:来自湖南衡阳的易承芳今年54岁,1987年她随丈夫来到广州,在一家生产化妆品的工厂打工,这一干就是22年。本想着明年就可以退休的她,却发现自己根本无法在广州领取养老金。她从1998年7月开始,就在公司的统一安排下,参保了广州市的养老保险,到目前已经缴纳了11年半。按照广东省社

会养老保险条例的规定,个人缴费年限累计满 15 年,才能在退休后领取退休金,但是到明年 2 月 1 日,也就是易承芳 55 岁退休的时候,她的缴费年限只有 11 年半,达不到规定的 15 年。易承芳想一次缴完还差 3 年多的养老保险,可她不是广州市的户口,不行。按照广东省的规定,到了退休年龄但还没有达到年限的本省参保人,可以参照城镇个体工商户和灵活就业人员的费率继续缴费。但是由于易承芳的户口在湖南,不是广东省户籍人员,因此她不能适用这项规定。

易承芳只能选择退保,领回个人账户内缴纳的资金和利息,这也意味着易承芳缴纳了 11 年的养老保险,变成了银行的活期存款。她现在要么在广州退保,要么把保险转回衡阳老家,在衡阳领养老金。按照衡阳社保部门的答复,易承芳可以把养老保险关系转回当地,但是目前养老保险只能转个人账户的资金,单位缴纳的资金,由于是统筹账户所以不能互转,这就意味着易承芳必须补缴过去 11 年企业缴纳的统筹资金。现在易承芳个人账户中的资金只有 11000 多元,按照衡阳当地的标准,需要补缴 3 万元,如果再加上后面 3 年多要缴纳的部分,至少还需要自己拿出 5 万多元,而当地的养老金却只有 400 多元。这明摆着是自己给自己发养老金。

再说国际新闻。诺贝尔经济学奖由两名美国经济学家获得。12 日,诺贝尔经济学奖评审委员会在瑞典科学院公布:美国经济学家埃莉诺·奥斯特罗姆和奥利弗·威廉森以经济治理研究一同摘取 2009 年度诺贝尔经济学奖。评审委员会说,奥斯特罗姆以“涉及公共财产或处于公共控制下财产的经济治理分析”获奖,威廉森以“涉及企业边界的经济治理分析”获奖。

奥斯特罗姆主要研究的是,如何利用认识科学中的研究成果建立可行的模型,以探讨和解释人类在不同制度安排下的选择问题;各种制度如何产生帮助个体进行决策的信息等。奥斯特罗姆的代表作是 1990 年出版的《公共事务的治理之道:集体行动制度的演进》,是制度经济学和公共政策研究领域的重要著作。威廉森对市场 and 以垂直权力架构为特征的企业展开研究,发现这两种治理结构在化解利益冲突时具有不同特征,也各有缺陷。缺陷体现为不同主体之间存在大量意见分歧、争执不断,企业的缺陷则体现为管理层可能压制不同声音、滥用权力。全球不少国家陷入经济危机之际,企业管理层未能有效防范风险等一系列问题促使人们反思企业以及其他社会机构的治理机制。

尽管经济理论全面反映了市场的优势和局限,但传统上较少关注其他制度安排。埃莉诺·奥斯特罗姆和奥利弗·威廉森的研究证明了经济分析可用于解释大多数社会组织形式。奥斯特罗姆的研究揭示了使用者组织是如何有效管理公共资源的。威廉森的研究则发展了有关公司作为一些架构安排解决利益冲突的理论。瑞典皇家科学院的介绍说,这些影响深远的研究成果使经济管理学科从经济学研究的边缘走向前沿。

通俗地说，两位经济学家研究的是经济制度，他们发现的也是某种经济制度的优势与缺陷。如果我们立足于制度进行观察，就会发现，造成国际金融危机的主要原因就是制度缺陷，金融监管的缺失，或者说监管的不到位，还是这些使得华尔街的投机家们可以为所欲为。

其实，透过现象，我们会发现，来自湖南衡阳的中国女工易承芳没法在广州拿到养老金，也是由于制度的不完善。假如，我们有了全国统一的基本养老保险制度，那么易承芳就不可能遇到这样的问题。我们应当都有这样的基本共识，于情于理，易承芳都应当拿到基本养老金，而且不需要她四处奔波，求这个求那个。类似的事例还有很多，比如，外来务工者子女就学问题，某些行业市场准入问题等。如果去找找，恐怕制度的缺陷有不少呢。正是这些制度的缺陷，造成了许多社会不公平现象，造成了许多市场竞争不公平现象。制度缺陷不是个小问题。

如果说，改革开放 30 年中，我们比较注重开拓性，那么今后我们除了保持开拓性之外，恐怕要将相当的注意力放在制度的完善上。

(2009—10—22)

日本土地泡沫经济破灭并不往事如烟 >>

最近，媒体刊发了有关日本土地泡沫经济破灭的分析研究文章，引起了广泛关注。因为在时间点上，现在正好是日本泡沫经济破灭 20 年。在国际金融危机的影响仍然存在，世界经济前景复杂迷离的今天，回头看日本土地泡沫经济的破灭，更加发人深省。

自亚洲金融危机以来，日本经济在 20 年中基本徘徊在低增长率。1980 年代，日本曾经是世界第二大经济体，曾经日本制造的汽车和电器在全世界通行无阻，曾经东京地价达到顶峰，曾经银行追着企业放贷，曾经三菱公司以 14 亿美元购买了美国国家象征——洛克菲勒中心……1990 年 3 月开始，种种的经济奇迹渐行渐远，都是因为土地泡沫经济的破灭。

土地是价值源头的观念，使得日本人手头的钱变得宽裕时，把土地作为投机

的对象。在北海道空无一人的原野上，一块毫无用处的原本一坪（一坪 = 3.30378 平方米）5 日元的荒地涨到了一坪 5 万日元。涨了一万倍。这就是日本史无前例的泡沫经济。它的核心，是土地泡沫。1985 年 5 月，日本国土厅发布的“首都改造计划”被认为是这一切的发端。这份计划写道，将来东京的写字楼将大幅紧缺。于是，针对东京都中心土地的投资一下子活跃起来，这导致了东京地价的飞速上涨，并迅速波及全国。“银座的‘三爱’附近的地价在 1965 年的时候还只有 450 万日元一坪，而 22 年后的 1987 年，却达到了令人瞠目结舌的 1.5 亿日元。”在当时的日本，谁都认为明天的价格会比今天高，没有人预测到这一切总有一天会停止。日本的金融都是以土地作为担保的。一旦土地价格急转直落，那么以土地作为担保的债权便全部变为不良债权——这些债权的价值接近于零。90 年代“失去的十年”，正是银行受制于巨大规模的不良债权导致资金不足——即深陷金融危机的结果。

现实比照往事，往事联想现实。尽管中国与日本存在着许多方面的不同，但是，经济运行中的某些规律性的东西，还是值得我们思考的。

今年“两会”很多代表委员提出遏制高地价、高房价，然而就在两会闭幕的次日，北京又出现了三块再创纪录的“地王”。

目前新一轮的土地督察已拉开帷幕，国土资源部发起了全国重点城市土地情况调研和督察工作。去年年底，全国闲置的房地产用地约有 1 万公顷。如果以容积率 1.5 计算，其可形成的商品房供给量高达 1.5 亿平方米。对于这么多闲置的房地产用地，至少有三个问题要弄清楚：第一，土地使用权拍卖的标的是多少？第二，得到这些土地使用权的房地产企业是否付清了出让金？第三，房地产企业支付出让金的资金来自于何方？

有报道说，一些企业用“瞒天过海”的手段，将信贷资金转换成“自有资金”、虚构贸易获取票据承兑金额、夸大贸易额套取信贷资金、通过向子公司注资等形式“挪用”银行信贷资金，使之流向楼市。

出口导向型经济发展模式，使中国经济的外向度超过了 60%，国际金融危机导致世界市场大波动，对中国经济的影响很大。所以我们要转变发展方式，调整经济结构，扩大消费，增强消费对经济增长的拉动作用。

在中国的经济总量中，房地产业所占的份额有多少？经济增长对房地产业的依存度有多高？如果房地产业出现波动对经济发展的影响有多大？这些都急需研究评估。

（2010—3—25）

对话财经人物

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

沈关忠：创出特色，还要保持特色 >>

沈关忠（杭州饮食旅店业同业公会会长、楼外楼董事长）

司马一民：沈董事长，祝贺您当选中国饭店业、中国餐饮业十大风云人物！

沈关忠：谢谢！风云人物这个名头太大了，我高兴的是楼外楼的名声现在更响了。

司马一民：楼外楼的名声本来就很响。说楼外楼是杭州餐饮业的一块金字招牌，绝对不过分。

沈关忠：话是这么说。可我作为扛金字招牌的人，压力大啊。

司马一民：楼外楼 150 周年店庆的时候，我写过一篇文章《楼外楼何以青春常在？》，您是否还记得？

沈关忠：当然记得。这是对楼外楼改革开放以来的阶段性评价。

司马一民：现在这么些年过去了，杭州的餐饮业市场化程度更高了，竞争更充分了，潮起潮落的周期更加明显了，特别是最近餐饮业的波动比较大，可是，楼外楼还是楼外楼，“任凭风浪起，稳坐钓鱼台”。我今天想和您谈的是，楼外楼为什么会稳步发展？

沈关忠：我们可不可以先谈谈杭州餐饮业的发展？

司马一民：行啊，您是会长，您说了算。

沈关忠：餐饮业是一个进入门槛非常低的行业，资金投入可大可小，也没有什么特别的技术含量，更没有准入限制，谁都可以开店，杭州人又喜欢吃馆子，这几年大家袋里的钱多起来了，主客观条件都具备，杭州的餐饮业没有道理不红火。

司马一民：确实如此。杭州虽然没有喊出“吃在杭州”的口号，但杭州餐饮业的红火，给到过杭州的外地人留下了深刻印象。

沈关忠：前些年杭州餐饮业红火，店越开越大，尤其是杭帮菜走出杭州在国内中心城市发展，给不少人造成了错觉，以为搞餐饮很简单，餐饮业成为投资热点，店

越开越多,甚至连上万平方米的大店也越开越多。

司马一民:消费的热潮似乎证明了投资餐饮业是不错的选择。

沈关忠:消费有热潮,做这行的当然高兴,有钱赚嘛。可是,非理性成分比较大的消费热潮往往带有消费的盲目性,消费者迟早会回归理性。

司马一民:消费者回归理性肯定直接影响到餐饮市场。

沈关忠:是呀,这一两年来,杭州餐饮业新店特别是主题餐厅开得不少,老店也关得不少,还有一些从前门庭若市的大店现在却变得冷清。

司马一民:杭州餐饮消费的总量还是在上升的,是需求的变化导致了行业格局的变化?

沈关忠:从不同店家的分布情况看,消费者需求的个性化引出了各种新店;从更深层次看,这种变化的背后,显示出经营特色的重要性。

司马一民:对一个企业来说,创特色太重要了。

沈关忠:前面说过,餐饮业是一个进入门槛非常低的行业,如果你没有特色,那是很难长久生存下去的。量的扩张很容易,你只要投钱就行了,开十家八家分店都可以,如果没有经营特色支撑,是做不了几年的。楼外楼靠什么生存 150 多年? 靠的就是特色!

司马一民:能谈一谈楼外楼的特色是什么吗?

沈关忠:简单地说,楼外楼的特色就是地道的蕴涵西湖文化的杭州传统菜。

司马一民:我记得有这样一句评语,到楼外楼吃饭才吃出文化来。您觉得怎样?

沈关忠:我很高兴有这样的评语,这也正是我们努力的方向。

司马一民:楼外楼一直保持这个特色吗?

沈关忠:是的。要一直保持“地道的蕴涵西湖文化的杭州传统菜”这样一个特色,非常不容易。

司马一民:为什么?

沈关忠:现在“诱惑”特别多,今天什么菜流行了,明天又有什么菜流行了……在流行面前如果我们没有“定力”,也跟着“流行”走,恐怕早就没有楼外楼了。

司马一民:一直保持特色,不老套吗?

沈关忠:保持特色不是什么都一成不变,楼外楼也在不断创新,我们的创新就是用积极的态度保持特色。比如传统菜的工厂化生产、真空包装等,就解决了杭州传统菜的保鲜和携带方便的问题,既满足了消费者的需求,还扩大了销售。

司马一民:现在杭州餐饮业正在面临着一次整合,您能不能对此说点什么?

沈关忠:一句话——创出特色,还要保持特色。

(2005—8—8)

宣国明：让员工带着感情服务 >>

宣国明（浙江翔园宾馆总经理）

司马一民：宣总您好！我听住过“翔园”的朋友说，在您那里有“家”的感觉。你认为这样的评价怎样？

宣国明：这是我最期望得到的评价。

司马一民：为什么？

宣国明：星级宾馆的服务是有严格规范的，按规范服务是底线，如果仅仅满足于规范服务，那就不容易让住店客人记住你这个宾馆。

司马一民：怎样才能让住店客人记住呢？

宣国明：要有特色啊。没有特色谁会记住你这个宾馆？不记住你，谁还会再入住你这个宾馆？

司马一民：能谈一谈“翔园”的特色是什么吗？

宣国明：有感情的服务。

司马一民：能不能说得具体一点？

宣国明：比如，今天起风了，客人外出时，我们的服务人员不是机械地说一句“您走好”，而是说“今天有点凉，您可能要多穿一件衣服”。你说，客人听了会有什么样的感觉？

司马一民：这是家里人的语气。

宣国明：什么叫宾至如归？宾至如归不仅仅是一句口号，而应该是具体的行为，让客人有“家”的感觉的服务。这样的服务既可以是一种详细的规范，更需要服务人员随时对服务对象体贴入微。

司马一民：这对员工的要求很高啊。

宣国明：要求不高不行啊。论地段，“翔园”地处上塘高架底下，太偏；论档次，只有三星；论配套，又没有娱乐购物等消费服务。客人凭什么住你这里？凭的是这

里有“家”的温馨。我们在非常努力地营造“家”的氛围,因为我们的员工是带着感情在为客人服务的。

司马一民:你用什么办法让你的员工带着感情服务?

宣国明:十二个字:制度引导,专业培训,关心激励。

司马一民:这好像也很普通。

宣国明:听起来是很普通,但做起来可就大有讲究了。

司马一民:怎么个讲究法?

宣国明:制度是行为的导向,企业有什么样的制度,员工就有什么样的职业行为。“翔园”的管理,除了星级宾馆的规范之外,自己制定了详细的又切实可行的员工行为守则。这些行为守则重在引导员工怎么样去做好服务工作,鼓励员工在行为守则的框架内积极进行服务创新,而不仅仅是规定了多少条“不准”。

司马一民:宾馆的业务培训应当是一项日常工作吧?

宣国明:是的,可日常工作也可以有新的做法啊。“翔园”的业务培训,有两个特点。一个是针对性强。针对不同的岗位,进行不同内容的培训,力求使员工学以致用。另一个是现身说法。请当事人通过典型案例讲解,通俗易懂,便于员工学习、掌握服务技巧,便于实际运用。

司马一民:在关心激励方面又有什么新花样呢?

宣国明:我们认为员工不是打工者,而是职业工作者。及时看到员工的每一点进步,及时褒扬员工的进步,让员工有成就感。在一定程度上,好员工是夸出来的。奖罚公平,并且公开透明。尊重员工,平等对待员工,让员工有表达自己看法和宣泄情绪的机会。“翔园”有一本员工留言簿,任何员工都可以不署名留言,提意见、提建议,谈问题、谈看法,甚至发牢骚都行。有价值的意见和建议宾馆会公开接受并办理,对问题、看法、牢骚,宾馆会公开解释。这样员工的气顺了,自尊自重,干劲更足了。在这样的氛围中,员工对客人带着感情服务,也就不难做到了。

(2005—10—24)

陶晓莺：从排忧解难到提高生活品质 >>

陶晓莺(杭州三替集团总经理)

司马一民：陶总您好！先要向您表示祝贺，再要向您表示歉意。

陶晓莺：祝贺什么？道歉什么？您把我说糊涂了。

司马一民：这个月上旬，杭州市表彰中介服务行业标兵、新兴商贸服务示范企业和优秀经营者，您和三替集团三次榜上有名，难得。当然要祝贺了！去年党员先进性教育活动您来本报作报告，那个时候就说要采访您，可一拖就一年，怎么能不道歉呢。

陶晓莺：没那么严重。

司马一民：刚才看了介绍“三替”的材料，大大出乎我的意料。

陶晓莺：感到意外？

司马一民：对。在我的印象里，“三替”就是杭州家政服务的代名词，我相信有很多人都和我一样。谁知道“三替”的触角这么广，真要刮目相看啊。

陶晓莺：在杭州的家政服务业中，“三替”确实起步较早，所以就给人印象特别深。“三替”现在涉及的服务门类可多了，有家政、维修、搬家、物管、装饰、快运、园林园艺、网上购物、网络技术、职业技术培训、广告传媒等，能够为单位和家庭提供17大类100多项服务。

司马一民：家政服务与装饰、快运、园林园艺、网上购物、网络技术、职业技术培训等跨度很大，而且这些门类之间的跨度很大，“三替”怎么想到跨门类呢，还是一跨再跨？

陶晓莺：很简单啊，客户有需要，我们就做了。

司马一民：提供跨门类服务，等于重新开辟一块市场，您就没有担心风险问题？

陶晓莺：没有风险。“三替”的不少服务项目都是客户帮我们开发的。比如客户说，你们“三替”能不能给我们送花、送绿色植物？我们商量一下觉得行，这项服

务就做了。后来送花、送绿色植物的业务多了,我们想,能不能自己办个花卉园艺场?一来自己多了个赚钱的项目,二来经营成本低了也为客户省钱。就这样办起了花卉园艺场。

司马一民:有意思。“三替”的客户同时也是“三替”的新项目开发建议人,又是新项目的客户。这样的客户关系倒真少见。

陶晓莺:因为客户信任“三替”,对“三替”的服务感到满意,希望能够得到“三替”更多的服务,“三替”就适时提供了客户需要的新的服务项目。

司马一民:客户的新需求得到了满足,“三替”也得到了新的发展。如此良性循环,听着都让人羡慕。

陶晓莺:所以,我常对“三替”的员工说,客户的信任是我们发展的本钱,任何时候这个本钱都不能丢。“客户第一”这句话我们不在嘴上说,而是牢牢记在心里,体现在每一次服务中。

司马一民:能不能举个“客户第一”的例子?

陶晓莺:有位客户出国回来,手提箱柄坏了,我们跑了三个厂家,就为找这么一个胶木柄,我们只收了他 20 块钱。你想想,20 块钱连来回的路费都不够啊,可我们修理的价格标在那里,说话要算数。客户很感动。这些点点滴滴的小事,日积月累,“三替”在杭州老百姓心目中树立了诚信服务的形象。

司马一民:品牌就是这样炼成的。

陶晓莺:有一次突然下大雨,有个路段积水,有个居民打电话来要我们去疏通下水道。其实这是市政设施,他错找了“三替”。他说你是“三替”呀,有困难当然得找你啊!听了这话,我们很激动。这是老百姓,也是最大的客户对“三替”的认可啊!

司马一民:有了老百姓的认可,“三替”的发展前景看好。清洁、搬家、维修等是老百姓基本的生活服务要求,也就是你们说的排忧解难,这一块你们做得很出色。我觉得你们现在可以调整一下发展思路。

陶晓莺:我们愿意听听您的建议。

司马一民:不知道您有没有注意到,杭州“十一五”规划中有一句关键性的话。

陶晓莺:是什么?

司马一民:“十一五”发展要“以提高人民群众生活品质为重点”。提高人民群众生活品质是很高的要求,也可以看做是杭州经济社会发展进入了新的阶段,随之而来会产生很多新的需求,会出现很多新的发展机遇。

陶晓莺:您说得有道理,我们就是要抓住发展的机遇。

司马一民:其实,“三替”已经开始在这样做了,装饰、快运、园林园艺、网上购物等服务项目就是在帮助老百姓提高生活品质。

陶晓莺:“三替”一方面要把原先的优质服务项目继续做好,另一方面要开发更

多的服务项目，满足老百姓提高生活品质的需求。

司马一民：相信“三替”一定会做得更好。

陶晓莺：我们会加倍努力做。

(2006—3—18)

孟敏青：钟情于传统文化与地域文化 >>

孟敏青（知味观·味宅总经理）

司马一民：您好！早就听说在整条高银街几十家酒楼中，知味观·味宅非常独特。参观了以后觉得很特别，感觉进了一个杭州的大户人家。

孟敏青：这正是我们要给客人的感觉。前些天，一位联合国高级官员到味宅用餐，他说好像到了一个中国古代文化气息很浓厚的大家庭。

司马一民：能说说为什么要给客人这种感觉吗？

孟敏青：味宅只有 400 多平方米，适合做主题餐厅。知味观是个有近百年历史的餐饮品牌，传承中国的传统文化是我们的优势。知味观在杭州，杭州又是一个历史文化名城，传承地域文化是我们的责任。所以，我们把味宅定位为凸现中国传统文化与杭州地域文化的主题餐厅，努力把这个特色做出来。

司马一民：外行看热闹，我们只是有了感觉。要凸现中国传统文化与杭州地域文化这个主题，你们做了什么？不是商业秘密吧？

孟敏青：不是秘密。一方面我们做好传统菜，开发创新菜；另一方面我们从三个层面着手营造传统文化和地域文化氛围。

司马一民：请您详细谈谈。

孟敏青：一是整体环境。外面的石库门，里面的仿明清建筑装修，古色古香；楼上楼下，曲折迂回，虽然场地不大，但并非一览无余。有点像中国园林的曲径通幽、以小见大。

司马一民：是有这种感觉。二呢？

孟敏青：二是细节。举两个例子：所有的装饰都体现中国传统文化，酒具是定制的仿杭州官窑碎瓷。

司马一民：第三招？

孟敏青：三是服务。我们的服务员不光礼数周到，而且能向客人介绍杭州的历史文化，比如根据杭州传统名菜讲个历史小故事。

司马一民：这样做倒确实能营造传统文化和杭州地域文化的氛围。可是在 21 世纪的今天，人们既怀古，又有很强的现代意识，怎样把传统与现代结合起来？

孟敏青：我理解的现代意识是讲究膳食平衡、讲究营养搭配、讲究安全健康，味宅的菜肴在秉承传统烹调方式的基础上，不忘记体现现代意识，使消费者的用餐成为身心愉快的一次活动。

司马一民：客人接受的程度怎么样？

孟敏青：味宅开了 3 年，头一年各种各样的客人都有，慢慢的，来的客人层面比较集中了，文化人、公司高管、外贸客户、外国高端客人等等是主力消费群。文化名人余秋雨、陈凯歌等，还有欧美外交官员都对味宅留下深刻印象，有的只要到杭州，就指定到味宅来。

司马一民：向您请教一个问题，您名片上印着“中国宴会大师”，这是什么意思？

孟敏青：这是中国饭店协会给我的职称。

司马一民：你做这一行几年？

孟敏青：16 年。

司马一民：16 年就是大师了？

孟敏青：1996 年我参加全国青年技能比赛，有 100 个行业，我拿到了中餐宴会设计冠军，全国餐饮行业只有我一个人，中国饭店协会就直接命名我为“中国宴会大师”。

司马一民：宴会大师都干些什么呢？

孟敏青：宴会大师是一场宴会的总设计师。从用餐的环境，到所有用餐的器具，再到上菜的程序、服务的流程，甚至包括服务人员穿什么衣服、地毯的铺设、背景音乐的选择等等，全部都要考虑到。一场宴会的设计图至少有十几张。

司马一民：这些本事你从哪儿学来的？

孟敏青：我的老师是中国烹饪大师胡忠英。

司马一民：真不愧是名师出高徒。

(2007—3—8)

沈幼强：以和谐文化引领企业发展 >>

沈幼强（杭州五洋宾馆总经理）

司马一民：沈总，您好！我听说五洋宾馆把今年确定为企业文化建设年，是这样的吗？

沈幼强：五洋宾馆今年10岁了。一个企业走过10年历程，不算短，有必要回头看看，有必要做一次阶段性总结。虽然10年来五洋宾馆取得了很多荣誉，由三星上升为四星，拓展了服务领域，经济效益不断提高，也做了不少回报社会的事情，但是，我们认为真正能够延续下去促进企业发展的东西，还是在长期的企业发展中由所有员工共同创造的企业文化。

司马一民：从经营上升到文化，你们是怎么考虑的？

沈幼强：简单地靠制度、靠层层监管、靠机构对人的控制，这样的企业管理模式已经不适合现代企业的发展了。企业文化是一种柔性的、无形的东西，不具有强制性，但从长期而言，它却有水滴石穿的作用。只有当企业文化深入人心，使宾馆的每一个员工自发做出正确的、有目标的行为，同时，这些个体行为互动所形成的群体行为产生良好效应，才能够不断地为宾馆创造价值，宾馆才会有永续的生命力。所以，我们有必要把企业文化进行概括提炼，形成清晰的理念，引领员工的思想和行为，引领企业发展。

司马一民：五洋的企业文化有何特点？

沈幼强：它的特点可以用两个字概括：和谐。

司马一民：您能举例说说吗？

沈幼强：好啊。我们以为宾客、为员工提供“家外之家”的态度来经营企业，所以我们一直致力于宾馆经营者与员工、宾馆与宾客、宾馆个体与社会整体的多赢。这就是五洋的企业文化中的经营管理理念。没有满意的员工就没有满意的客人，只有当员工满意了，才能达到“一切为了客人，为了一切客人，为了客人的一切”的

目标。

司马一民：怎样做才造就满意的员工？

沈幼强：用合适的人，做合适的事，提合适的要求，拿合适的报酬。在用人上，我们坚持“以岗定人”和“用合适的人”的原则。根据工作需要，提出相应的用人要求，并根据“合适的才是最好的”要求用人，让合适的人到合适的岗位做事，让他发挥出个人最大的潜能，获得合理的报酬。你有多大能耐就让你上多大的舞台。五洋的用人理念，使员工心情舒畅。

司马一民：员工心情舒畅当然是做好工作的主要因素，但服务水平也是重要的因素，在提高员工服务水平方面五洋有什么举措？

沈幼强：各种技术培训当然年年都要搞的，我们还提倡这样一种行为准则，做正确的事，正确地做事。首先是要做正确的事情。做事情要有个基本判断，什么该做什么不该做，若做的事不正确，那就会造成不良后果。其次要正确地做事情。这是态度和方法问题，即使是正确的事情，若方法不对头，也不一定能做好。

司马一民：怎样判断做的事情是否对？是否好？

沈幼强：除了有详细的管理规章外，我们还提出了五洋的服务准则——“三个凡是”“四个化”。

司马一民：请解释一下。

沈幼强：所谓“三个凡是”就是，凡是宾客看到的，都必须是整洁美观的；凡是提供给宾客使用的都必须是安全有效的；凡是宾馆的员工，见到宾客都必须是热情礼貌的。“四个化”就是，服务过程程序化，服务行为规范化，服务管理制度化，服务结果标准化。

司马一民：怎样才能达到服务准则？

沈幼强：树立合作理念。相聚是开始，团结才有进步，合作才会成功。宾馆如同一架大机器，只有各部门和所有员工协作、协调，才可能正常运转。我们经常告诉员工，多说“我们”，少说“你”“你们”；每个员工都应当牢记自己只是团队中的一分子，只有完全把自己融入到团队之中，才能成功；自己有责任为了整个团队的利益而相互合作，相互支持；通过合作，优势互补，利益共享，团队的成功也是你的成功，产生 $1+1>2$ 的效应。

司马一民：五洋对员工的要求是否比别的宾馆高？

沈幼强：我的职业，更是我的事业。这可能是五洋与别的宾馆不同的职业理念。我们要求员工选择了五洋的职业，就要认同五洋的价值观和理念，热爱五洋、忠诚于五洋，并把它作为个人努力奋斗的事业来全身心地投入，而不是仅仅把它当做谋生的手段。努力在同样的工作岗位中创造出与众不同的价值。

司马一民：这样的要求确实够高的。

沈幼强：这是生存的需要，更是发展的需要。五洋的生存理念是争取比别人进

步一点点。竞争对手不是被我们打败的，是他们没有做到每天进步一点点，以至于在竞争中不断被拉开距离；成功者不是比我们更聪明，而是因为他们每天比我们进步一点点。经营企业如同逆水行舟，不进则退。今天的成就来自于昨天的努力，明天的成绩要靠今天的积累。只有不断自我完善，不断积累进取，做到每天进步一点点，企业才能发展壮大。

司马一民：这些都来自于五洋的核心价值吧？

沈幼强：我们把五洋的核心价值总结为 12 个字：谦恭——热情友好、尊重别人、体贴周到；诚信——无论对顾客、员工还是合作伙伴，都以诚相待、都信守承诺；感恩——滴水之恩当涌泉相报，感恩宾客、感恩员工、感恩社会；负责——敢于承担，忠于职守，敬业自律；合作——二人为仁，三人为合，在合作中共赢；创新——立足现实，与时俱进，不断进步。

司马一民：品牌就是这样树立起来的。

沈幼强：品牌的背后是品德、品质、品位，品牌的认可权在宾客、在宾客的心。我们要以高效、贴心、完美的服务去赢得宾客的心。

司马一民：对下一个 10 年有什么新希望？

沈幼强：希望每个员工都能快乐地工作，在为宾客提供超值服务，创造新价值的同时，体现并提升自身的价值；使五洋宾馆成为宾客满意的、同行尊重的、持续发展的知名企业；为杭州旅游业的发展多出些力。

（2008—3—18）

戴天荣：要敢于逆势扩张 >>

戴天荣（祐康集团董事长）

司马一民：戴董事长您好！2009 年 5 月，正当国际金融危机对中国实体经济的影响加剧，不少企业收缩战线“过冬”之时，祐康却逆势扩张，您能给我们介绍介绍吗？

戴天荣：祐康集团通过山东产权交易中心公开挂牌受让的方式，以 1.3 亿元的价格正式并购山东盈泰食品（集团）有限公司（简称“山东盈泰”），获得其 100% 的产权。盈泰集团是集肉鸡、肉兔饲养、加工、销售于一体的大型畜牧集团企业，曾被国务院列为首批“全国农业产业化重点龙头企业”，具有年养殖、加工肉鸡、肉兔 8000 万只，生产熟肉制品 4 万吨，饲料 28 万吨，孵化苗鸡 6000 万只的生产能力，一度位居全国同行业第 6 位。

司马一民：为什么要并购盈泰？

戴天荣：并购盈泰，既符合国家的产业导向，也是对祐康既定发展战略的互补。作为一家以冷冻产业链为核心的先进制造企业和多元化食品投资集团，祐康经营范围涵盖食品制造、食品商贸、食品物流、食品投资等多个领域，是浙江省冷食行业的龙头企业。此次扩张，是基于公司战略角度慎重思量之后的决策。

司马一民：能说得具体一点吗？

戴天荣：祐康的这一动作经过了专业的行业分析与深入的市场调查。一方面，国际市场农产品价格提升的趋势日渐明显，这无疑为肉食加工行业提供了值得期待的利润空间；此外，食品安全危机使人们对食品安全的关注度大大拉升，而前端产品与食品安全紧密挂钩，这也决定了农业及肉食加工行业的良好前景。另一方面，随着生活水平的提高，消费者对动物蛋白类产品的需求逐渐加大，而肉鸡饲养在健康环保、可持续发展方面具有无可比拟的优势，更有利于资源和环境安全的需求。因此，未来肉鸡行业发展存在广阔的成长空间。祐康十分看好盈泰的主营业务存在的广阔发展空间。

通过并购，不仅为祐康现有的食品制造板块增加新的细分产业，同时也可以与祐康相关产业有效协同，比如与祐康原有的冰淇淋、速冻业务共享资源；为物流板块的发展找到新的、更大的支点等，这无疑契合了祐康“产业协同、资源整合”的发展战略。

盈泰自身丰富的行业经验和稳定的经营基础也吸引了祐康。盈泰本身经过 10 多年的发展，已具备较为完整的以肉鸡种禽、养殖、饲料、宰杀、加工、出口、内销为一体的产业基础和规模，拥有相对成熟的管理体系和熟练工人，这些优越的基本素质也成为了祐康“相中”盈泰的重要原因。

这一结合，是祐康延伸自身食品产业链和拓展其食品商贸、制造、物流、投资发展道路的需要，它将使盈泰集团与祐康现有产业有效协同，对拓宽祐康产业版图具有积极的战略意义。

司马一民：我们都知道，企业并购不是两个企业的简单结合，只有追求双方的真正“融合”，才能实现“从形似到神似”的转变才能使“联姻”的目标最优实现。祐康是怎么运作的？

戴天荣：祐康介入盈泰后，围绕“产业协同、资源整合”发展战略，导入以法人治

理结构为主要内容的现代企业管理制度,稳妥规范地推进盈泰改制进程,同时导入“国际化、专业化、品牌化、资本化”的管理理念和财务、信息化、法务等管控体系,通过董事会介入公司管理。目前,祐康经营、财务、人力资源、法务等核心岗位已代表祐康参与并监督盈泰的运作。

通过导入祐康相对成熟的法人治理结构、内控体系、预算管理体系以及股权激励机制,优化盈泰现有管理团队,提升内部管理,突出市场开拓和管理力度。同时稳妥地进入食品产业链的某一个全新的细分行业,用机制和体制的优势,借势发展,从而与祐康现有食品核心业务整合发展,最大限度地发挥资源边际效益。

司马一民:祐康并购盈泰以后的经营状况怎么样?

戴天荣:祐康并购盈泰半年以后就交出了一份优秀的成绩单:与世界动物营养方面的领导者——农标普瑞纳国际公司达成合作协议;截至11月底,已实现对日出口4070吨,出口量同比增长18.76%;创汇2090万美元,出口金额同比增长28.7%。

(2010-2-4)

董顺翔:积极参与社会文化建设 >>

董顺翔(杭州知味观味庄餐饮公司总经理)

司马一民:董总您好!虽然味庄开业只有6年,但在传承老字号特色的同时,不断创新菜品和服务,取得了社会效益和经济效益双丰收,成为美食天堂杭州的新地标,荣获了“消费者满意示范单位”“2006国际餐饮名店”,连续三年获得“中国50家最佳餐厅”“2008中国最经典五家餐厅”“杭州市劳模集体”等多项荣誉称号,非常不容易。

董顺翔:谢谢,味庄刚起步,得到了政府和社会各方的支持,才有一点点成绩。我常对管理层说,要懂得感恩,要回报社会。

司马一民:味庄用什么方式回报社会?

董顺翔：积极参与社会文化建设。

司马一民：能不能具体说说？

董顺翔：有这样几个方面。一个是承办大型社会活动。味庄6年来承办了很多大型社会活动。也许有人认为企业承办大型社会活动有点不务正业，我们认为不能光算经济账，企业是社会的一分子，企业应当力所能及地参与社会活动，在参与社会活动的过程中展示企业的良好形象。

司马一民：这个想法好。

董顺翔：2006年6月，由杭州市旅游委员会和诸暨市人民政府共同举办的“西湖·西施故里荷花会”在味庄举行，企业的名厨们提前一个月为此次盛会准备了形形色色的精美食品。荷花宴的主菜与点心大多以荷花的藕、荷叶、花瓣、莲子等为原型或者原料，游客们在荷花簇拥的西湖边赏荷花、听荷乐、品荷菜，有别样的风情，吸引了来自中国台湾、香港地区以及东南亚国家的众多游客。

2008年10月杭州市政府在联合国总部举办“联合国中国（杭州）美食节”，我们积极参与，让各国外交官领略了中国美食文化。

2010年4月，杭州市旅游委员会、杭州日报、杭州日报网联动全国知名网络社区，甄选百名网络达人和京沪杭主流媒体记者，组织大型采访团，体验品质杭州示范点，味庄作为此次活动的体验点热情接待了全体活动成员。品尝美食与美酒、观赏美景，通过味庄这个窗口，网络达人和京沪主流媒体记者了解了杭州这个美食天堂。

2010年4月，味庄参加了杭州市政府、杭州市品牌办联合市有关部门、单位以及杭州都市圈有关节点县（市）共同推出2010杭州生活品质展评会“最具品质体验点”的评选，经过为期一个多月的公开征集、市民评选、专家评审，从3000多个候选点中经过环环严格筛选，共计30余万人次的投票，味庄最终成为80个最具品质体验点之一，并进入活动前十名，120名杭州市民进入味庄进行了品味美食、参观厨房餐厅、感受味庄企业文化的体验之旅，味庄被评为“杭州十大金城标体验点”。

司马一民：活动还真不少啊。

董顺翔：我们还致力于参与公益活动。参与公益活动是企业的责任。企业发展靠社会扶持、靠消费者支持。企业成长了，就要回报社会。如何回报社会？我认为积极参与社会公益活动是回报社会的好途径。2005年9月，味庄独家承办了市总工会组织的与外来务工人员同庆中秋的活动，共接待200余名外来务工人员在酒店免费用餐。2006年味庄赞助“中国大学生电影节”活动。2008年5月汶川大地震发生以后，味庄组织全员捐款。平时帮助困难人群捐款、捐物，还有组织员工无偿献血，等等。我对员工们说，开店赚钱是天经地义，但是开店不仅仅为了赚钱，企业与社会需要相互关爱，就像人与人之间需要相互关爱一样，大家参与这些社会

公益活动,就是向社会奉献我们的爱,使那些需要帮助的人得到帮助。虽然我们的力量有限,但是我们出力了,就是尽心了。

司马一民:这也是在员工中营造一种爱和善的氛围。

董顺翔:另外,还举办了服务世博会主题活动。上海世博会是今年中国的一件大事,杭州离上海这么近,中外世博会客人顺道游杭州的人肯定不会少,服务好世博会的客人是我们的责任。味庄举办了一系列主题活动,用我们的方式服务世博会。一是宣传世博低碳、健康的主题。在新春期间,我们和杭州电视台等联合推出为期一个月的“健康美味好搭档”活动,通过企业与消费者及电视台的三方互动,倡导环保、绿色、健康之饮食理念。二是承办迎世博明星厨师大赛。5月味庄与中粮集团《美食与美酒》时尚杂志联合成功举办“迎世博中粮福临门明星厨师大赛”杭州味庄分站赛,30位江南餐饮界的中坚力量、厨师新星、餐饮偶像参加以健康食材为指导理念的顶级厨艺大赛,甄选出其中15名技艺精湛的顶尖大师参加世博期间在上海世博园举办的“中粮福临门明星厨师大赛”总决赛。三是承办迎世博美食与美酒主题会。5月,味庄联合保乐利加酒业、利客满酒业、澳大利亚凯斯特酒庄、都市快报品质新生活、杭州电视台等,举办“迎世博美食与美酒主题会”,品鉴新菜、新酒。

(2010-11-4)

胡忠英:从学徒工到享受政府特殊津贴专家 >>

胡忠英(中华十大名厨)

在杭州日报刊登的杭州市政府公告栏里,50位2010年享受杭州市政府特殊津贴人员名单中看到胡忠英的名字,也许有人会感到意外。通常在人们的印象里,享受政府特殊津贴的人大多是专家教授、大多与科研成果有关。与大多数榜上有名者相比,胡忠英先生是学徒工出身,中专学历也是后来进修的,如今,他作为浙江省烹饪行业的领军人物,和专家教授们同台亮相,这一方面又一次印证了行行出状元

的真理,另一方面也显示出时代进步对知识价值多元的尊重。

胡忠英,“杭州酒家”总经理,他是国际烹饪艺术大师、中式烹调高级技师、国家一级评委、国家级裁判员、国家商务部表彰的中华名厨、中国菜创新研究院院长、浙江宁波大学旅游学院等多所高校客座教授。

据我了解,胡忠英先生并非从小立志要当厨师的,40多年前他被分配去当烧饭师傅的时候,也曾经彷徨过,当时的社会没有给他选择的机会,好不容易盼来了就业机会,只能是叫你干啥就干啥。好在胡忠英先生心态好,深受干一行爱一行的教育,认真拜师学艺,10多年里打下了扎实的烹饪基本功。而后从二级、一级,继而特级,成为一名真正的高级厨师,将三十六个杭州名菜做得地地道道,更有食品雕刻、冷盘造型精美得令人不忍下箸。浙菜的制作精细,清淡爽脆,他已掌握得炉火纯青。1988年在全国烹饪大赛上,他一人捧回来金、银、铜一共4块奖牌,成为杭州餐饮业的代表人物。

如果由此而惯性向前,胡忠英先生的职业生涯与其他高级厨师没有啥区别。但是,胡忠英先生是个喜欢挑战自我的人。在此后的20多年里,他多方请教、自学揣摩,涉猎书画、金石、中医药等众多领域,开阔眼界,吸收百科养料。看似“不务正业”,却是“功夫在诗外”。终于,厚积薄发,在传承中迈出了创新的步伐。上世纪90年代中期,他创立了兼容中餐各大菜系的“迷宗菜”,引领菜系融合、菜品创新的潮流。

随着人民生活水平的提高,人们对餐饮业的要求越来越高,厨师烧的菜,不但要好看好吃,还要营养、健康兼环保。过去厨师们面对的主要是本地顾客,现在要面对来自五湖四海的食客了,要满足这些食客的消费要求,需要摒弃门派界限,博采众长,创造出和谐融合的新口味。胡忠英先生对中式烹调的理论和实践有深入的研究,经过数十年的实践积累,他发现中国的八大菜系虽各有所长,但彼此间缺乏交流。特别是改革开放以来,国民经济的飞速发展和现代物质文明的极大提高,使人们不满足于传统菜系和熟悉的烹饪方法,而且烹饪原料已经打破了季节产地的限制。于是他把各个帮系的菜肴用新的方法重新制作,这种手法就是相互参照,相互印证,把各方优点有机地结合起来,创立了“迷宗菜”并将它运用到实践中去,研制出了“蟹汁鳊鱼”“金牌扣肉”“文思豆腐”“鸽蛋鱼圆”等一大批深受广大顾客喜爱的菜肴。他还成功主持操办了“满汉全席”“仿宋寿宴”“乾隆御宴”等三次国际盛宴,国际友人对此给予很高的评价。胡忠英先生的“迷宗菜”,师承各帮,博取众家之长,无派无宗,故曰迷宗,是在保留传统的基础上大胆创新。“迷宗菜”,在杭帮菜系中引起了巨大的反响,导致杭帮菜出现改革创新的新高潮,对杭帮菜走出杭州,走向全国起到了极大的推动作用。

传播中华美食文化,胡忠英先生一直身体力行。他多次赴东南亚和欧洲交流表演,传播中华美食文化。在由中国常驻联合国代表团和杭州市人民政府联合举

办的联合国中国(杭州)美食节上,他和杭州烹饪大师们各显神通,充分展现了中国烹饪艺术的奇妙和中华美食文化的魅力。他参加编著了《杭州菜谱》《天堂美食—杭州菜精华》《首届中国烹饪大师名师精品集》《中华菜谱》《百姓菜谱》等书。他悉心教授烹饪技艺,精心培养的徒弟,不少已成为全国烹饪大师,是杭州餐饮行业的中坚力量。

“让一切劳动、知识、技术、管理、资本的活力竞相迸发,让一切创造社会财富的源泉充分涌流。”这是时代给我们创造的机会,愿更多的行业有更多像胡忠英先生这样的人茁壮成长。

(2011-1-31)

颜阿龙:从传统商业转型到楼宇经济 >>

颜阿龙(杭州金龙集团董事长)

司马一民:颜董事长您好!今天想和您谈谈传统商业的转型发展。

颜阿龙:这个我是深有体会。

司马一民:转型发展,往大里说,我们国家要转变发展方式;往小里说,企业也要转变发展方式。国家转变发展方式靠的是产业政策和金融政策的调整。企业转变发展方式,除了要以国家产业政策为导向之外,还面临着市场选择。

颜阿龙:道理很简单,办企业的都知道,可是做起来很不容易。

司马一民:没得选择是一种无奈,有时候可以选择也是一种艰难。这个时候往往更加考验投资者的智慧、眼光、决断。

颜阿龙:“金龙”有一个位于杭州庆春路上靠近建国路的地块,要上什么项目,犯难了好一阵子。先是打算建商场,周边商贾汇集、居民聚居,建商场似乎顺理成章。后来又想建高星级酒店,繁华的商业区域内没有高档酒店,建高星级酒店可以弥补市场需求的不足,也很有道理。在经过了多方论证之后,我们放弃了上述设想,确定建高品质智能化写字楼——金龙财富中心大楼。如今这个总建筑面积 5.4

万平方米,共 22 层的大楼已经结顶,开始招商。

司马一民:“金龙”为什么要建财富中心大楼?建商场、建酒店不是一样能赚钱么?

颜阿龙:建财富中心大楼有三个理由。一是建高品质智能化写字楼投资效益高于建商场和建酒店,要让黄金地段发挥黄金效益;二是庆春路已经成为杭州的金融街,下城区正在大力推进楼宇经济发展,积极参与打造一流的 CBD,是“金龙”的发展机遇;三是杭州西湖申遗成功后国际化步伐将加快,金龙财富中心大楼有机会、有能力汇集国内外著名银行、证券、保险、投资、咨询、总部等机构。

司马一民:把企业发展与城市发展结合起来,这样的战略思维符合实际。能够简单介绍一下金龙财富中心大楼的建设情况吗?

颜阿龙:我们要建的是一座高品质的商务大楼。高品质体现在大楼南面设有绿化广场,裙楼北侧有两个大面积退台式空中花园,与广场景观上下连接、南北呼应,形成环绕立体的绿色景象;3—7 层中空挑高中庭设计,可以使得屋顶的自然光线照到大楼的内部空间;空调加新风系统;拥有 470 多个车位,能够满足停车需要;既有员工食堂,又有个性化的餐厅和商务宴请名店,还配套咖啡厅,休闲会所、生活馆、娱乐场所等。

而智能化则体现在楼宇自动化、办公自动化、通讯自动化、消防自动化、保安自动化五大系统;采用了最先进的控制系统和国际知名品牌设备对空调、照明、电梯等进行全自动精密监控;在消防和保安方面采用了控制中心报警系统、安全防范系统、车库自动管理系统等;引入移动、联通、电信、小网通(华数)四家数据运营商,可以为客户提供信息发布、多媒体会议、WIFI 网络;对所有客户能耗可以计量,科学、合理地收取费用等。

司马一民:金龙财富中心大楼的建设是金龙集团的一次自我挑战,是金龙集团转型发展战略的突破口,从传统商业转型到楼宇经济,这个跨越很大,希望金龙集团能实现转型发展的目标,有新的更大的发展。

(2011—8—30)

戴宁：中国餐饮业未来要着力于“四个推进” >>

戴宁（中国饭店协会副会长、全国餐饮专家委员会主任、杭州饮食服务集团总经理）

尽管已经在电话里沟通了几次，但还是想与戴宁面对面探讨中国餐饮业的未来发展。可惜一直凑不拢时间，这位中国饭店协会副会长、全国餐饮专家委员会主任、杭州饮食服务集团总经理正在筹建中国杭帮菜博物馆，忙得很。在杭州名菜拍摄现场，我们见缝插针谈了一次。

戴宁说，杭州以西湖闻名于世，西湖以文化凸显于天下万湖，故而西湖“申遗”成功，可见文化的力量。谈到西湖文化，少不得要谈到其中的美食文化。杭州的许多名菜都与西湖相关、都与文化相关，比如“东坡肉”“宋嫂鱼羹”，除了美食，都有人文的东西在里头。

戴宁说，中国的美食文化源远流长，2000多年前，孔子就对烹饪提出了“食不厌精、脍不厌细”的高要求。历代文人在笔记中不经意的谈美食，其实大都是文化意义上的阐述，毕竟他们不是厨师，但是却给后世留下了想象和创造的巨大空间。在文化的引导下，中国的烹饪在传承中创新，在创新中丰富，在丰富中发展。产业发展丰富了美食文化，美食文化促进了产业发展，相辅相成。回溯中国的餐饮史，就是在这样的螺旋中走到了现在。

戴宁说，民以食为天，在不同的时期有不同的理解和内涵。在短缺经济时期，民以食为天体现的是温饱要求，先吃饱肚皮再说。解决了温饱问题以后，民以食为天体现的是“吃好”要求，满足生活水平提高的需求。改革开放30年，中国餐饮业伴随着中国经济快速前进而大发展大繁荣，杭帮菜就是中国餐饮业的缩影。未来30年，中国餐饮业将如何发展？当然，跟着需求走这个趋势是不会变的，但是，今后民以食为天的内涵还是会发生变化的，因为人们的观念在变，注重科学、理性消费、张扬个性价值观将越来越对消费起主导作用。现在，民以食为天更多体现的是“吃

得放心”的要求,讲求膳食科学,追求健康。今后民以食为天更多体现的将是需求的多样性、个性化。

戴宁说,中国餐饮业今后的发展应该着力于“四个推进”:一是推进大集团建设。无论是从确保食品安全,还是从提高从业人员素质,还是从提升中国餐饮业竞争力,都需要培育一批大企业大集团,由大企业大集团的连锁经营,主导中国的餐饮市场,推广一定程度的标准化生产,引领中国餐饮业的健康发展。二是推进企业文化建设。促进餐饮企业守法经营,促进餐饮企业承担相应的社会责任,都需要有先进的理念引导,加强餐饮企业的文化建设非常有必要。三是推进餐饮业与农业对接。餐饮业的原料绝大部分来自于农业,农产品的品质决定了餐饮品质。要确保农产品的品质,就要促进农业产业化。可以以资本为纽带以市场为依托,推进餐饮业与农业的深度合作,既可以确保农产品品质,又可解决农产品卖难问题。四是推进人才培养。培养人才要十分注重德艺双馨。学艺先学做人,职业道德、文化修养的培养在先,传承技艺更要踏踏实实。

(2011-11-7)

单东:民企如何由外向型转变为内需型? >>

单东(浙江省民营经济研究中心主任、浙江省民营经济研究会会长,浙江财经学院经济学教授、硕士生导师,中央财经大学博士生导师)

司马一民:您好,单教授,您认为民企外向型经济转型的具体含义是什么,民营外向型企业应该怎么转变为内需型企业?

单东:民企外向型经济转型包含两层含义,一是扩大国内需求在拉动经济增长上的作用,建立内生增长型经济,二是转变出口结构,提高产品的科技含量,提升中国在全球价值链上的分工。

改革开放以来,我国的国门向世界敞开,进出口总额不断增长,我国的对外贸易依存度也随之增高。1978年我国的对外贸易依存度仅8.8%,而到了2000年,我

国的对外贸易依存度已经达到了 39.58%。入世之后我国的对外贸易发展迅速,进出口总额急剧攀升,2007 年这个数字增长到 66.27%,但 2008 年全球金融危机的爆发,世界经济衰退,我国开始将注意力放在内需的增长上面,对外贸易依存度开始回落,2009 年我国对外贸易依存度降为 45.01%。

中国外向型经济转型是当前形势的客观要求。现在全球经济动荡不定,美国一、二季度国内生产总值按年率分别增长 0.4%、1.3%,大幅低于去年四季度 3.1%的水平,不少生产、需求指标出现走弱态势,明显低于市场预期。欧元区深陷债务危机,继希腊之后,意大利、西班牙、葡萄牙等国家也出现了较大的债务风险。其中西班牙失业率高达 20%以上,英国也出现了历史上最大规模的罢工运动。美国经济低迷、欧洲债务危机蔓延,加上人民币升值,使我国外贸出口增速下滑。相比而言,中国经济一直保持平稳较快的增长,国内市场,尤其是消费市场不断扩大,2008 年中国人均 GDP 超过 3000 美元,进入非常重要的经济社会转型时期,在这一时期我国城镇化、工业化的进程将出现加速发展,产业结构、消费类型也将发生重大转变。随着国内居民收入的提高和中产阶层的扩大,中国已经成为全球最富活力的新兴市场,扩大内需代替出口成为未来拉动中国经济增长的最重要手段。

中国外向型经济转型也是我国转变经济增长方式的必然选择。虽然中国有很大的贸易顺差,但是我们出口的主要是劳动密集型的产品,70%以上是加工贸易,跨国企业把制造基地设在中国,利用中国便宜的劳动力和资源,将产品销往全球各地。依靠廉价劳动力和资源的低端制造是全球产业价值链的最低端,污染环境、浪费资源,是不可持续的。“十二五”期间,我们要积极转变经济发展方式,以创新驱动经济增长,就必须告别以低端制造为主的外向型经济,提高产品的附加值,向全球价值链的高端转移。

所以民营外向型企业转型要以建立企业的核心竞争力为中心,紧紧抓住两个关键点,也就是微笑曲线的两端。一是提高研发与设计的能力。民营外向型企业要告别单纯按照人家的设计去生产制造的发展方式,要在生产过程中不断学习、思考和探索,最终达到创新。尤其要在国内的细分市场上找准企业的定位,深入分析国内消费者的需求,通过创意和创新带动产品的差异化,提升产品的知识含量和竞争能力。

二是提高企业的营销能力和服务能力。良好的营销和服务是企业成功转型的前提。随着我国消费市场的发展,消费者对生产商的要求不仅仅是优质的产品,更要求提供全方位的服务。很多企业已经开始从制造商向服务商转型,重视消费者在购买和使用产品过程中的体验和感受。民营外向型企业在转型过程中,要特别重视国内消费者的心理特征,增加核心产品以外的附加价值,这样才能使企业建立起品牌效应,提升企业的知名度。同时,外向型企业可以通过电子商务、建立合作联盟等方式,积极开拓销售渠道,创新营销模式,打开国内市场。

司马一民：民企外向型经济转型有哪些模式？

单东：民企外向型经济转型从转型模式上看，包括政府引导型和企业自发型，前者通过政府政策的调整，如出口退税的减少、限制高污染行业的发展等，引导外向型企业实行结构调整；后者是企业在发展中遇到瓶颈，在市场竞争中意识到提高核心竞争力的重要性，积极调整企业发展战略，提高企业的设计、研发和市场营销能力，开拓国内市场。当前，我们必须两种模式相结合，以企业的自发转型为主，以政府引导为辅。

现在政府有时候直接干预市场资源的分配，在资源整合的过程中国有企业就成了受益者，民营中小企业处于不利的地位。这很不利于市场经济的发展，因此，民企在外向型经济转型的过程中，要充分认识到企业是市场的主体，努力杜绝政府直接干预市场的现象。让企业在市场竞争中产生转型的动力，以市场机制配置资源分配，政府作为“守夜人”和“服务生”，做好搭平台和提供有利于企业发展的政策环境的工作。

司马一民：外向型民企在转型的过程中应该注意哪些问题？

单东：一要降低国内的交易成本，建立公平的市场环境。为什么很多企业宁愿低价给国外企业做加工，赚点辛苦钱，也不愿意独立开发国内市场？为什么中国生产的很多产品，在国外卖竟然比在国内的相同产品便宜？这就是交易费用决定的，中国的市场是不完善的市场，不公平竞争使企业的交易成本大幅度上升。比如有些地方实行地方保护，以行政手段干预市场，使外来企业无法进入；又如高速公路乱收费，大大增加了企业的物流成本。不公平的市场环境、高额的交易费用使企业无法开展国内贸易。

要解决这些问题，必须首先转变政府职能，建立服务型政府是完善市场机制的前提。只有减少政府对市场的行政性干预，减少政府和国有企业的特权，才能建立起公平有序竞争的市场。同时，必须建立起维护市场公平竞争的法治体系和公开透明的信用体系，这是市场经济两个最重要的保障体系，没有法律保障和信用机制的社会，是无法建立起契约精神和市场观念的。

二要增加居民收入，完善社会保障体系。扩大内需，增加居民收入是关键。近几年，中国经济快速增长，但是居民收入却赶不上经济增长的幅度。国民收入分配不合理，主要表现在居民收入占 GDP 的比重由上世纪 80 年代的 60% 下降到目前的 40% 左右。而今年 1 至 10 月，全国公共财政收入 90851.68 亿元，同比增加 19951.86 亿元，增长了 28.1%，远远高于居民收入增加水平。增加居民收入，首先要改变分配不合理的状况，减少中低收入者和中小企业的税收负担。中小企业接纳了社会 90% 以上的就业人口，却承担了过高的税费负担，十分不利于我国经济的活跃和市场的发展。应该通过减税和补贴，大力扶持中小企业的发展，积极创造就业机会，才能增加居民收入水平。同时，要完善社会保障体系，解决居民看病难、看

病贵的问题,建立完善的社会养老体系,使民众敢于消费,乐于消费。

三要建立转型服务体系。很多出口型企业做惯了来料加工和简单制造,缺乏研发、设计和开拓市场的能力,这就需要建立起引导出口型企业转型升级的政策服务体系。

政府必须加强部门联动合作,以企业转型为导向,从市场信息、技术指导、创新指导、转型经验咨询等各个方面,为出口型转型升级提供完善的配套服务。如通过税费减免、组建技术联盟、打造示范工程、鼓励企业联合转型、构建市场信息体系等手段,为出口型企业转型提供良好的平台和提供有力的政策支持。

司马一民:有很多外向型民企在转型中失败了,您觉得是哪些原因,应该怎么避免?

单东:在转型的过程中,必然有企业会面临失败。

一是由于长期以来,许多外向型企业单纯依靠廉价劳动力和资源,不注重创新和技术提高,没有形成核心竞争力,当国际市场环境变化、国内劳动力价格上涨时,企业没有做好转型的准备而被迫走上转型的道路,因此面临失败。

二是缺乏外部的支持体系。企业一方面面对复杂多变的外部市场环境,另一方面要承担转型过程中技术、设计研发和开拓市场所带来的巨大成本,在缺乏政策支持体系的情况下,单凭企业的力量很难完成这个痛苦的过程。

所以我们一方面必须呼吁企业认识到转型的紧迫性和重要性,另一方面希望政府能为出口型企业转型提高宽松的政策环境。

(2011-12-9)

韩建鸥:做老百姓喜欢又消费得起的文化产品 >>

韩建鸥(杭州金海岸文化发展股份有限公司董事长)

司马一民:我前几天刚去了沈阳,特别去看了刘老根大舞台的演出,演出节目的名称虽是二人转但感觉起来更像是一台综艺的节目,既有二人转,又有歌舞,还

有杂技等，整个节目很轻松，我觉得很适合大众消费人群。

韩建鸥：刘老根大舞台已经是个品牌文化产品了，现在一般外地人去沈阳肯定要去刘老根大舞台，它的目标客人是商务人士和旅游者，当地老百姓去看的比较少。而我们金海岸的目标客人是当地老百姓。

司马一民：演出我看得不多，但是那次看刘老根大舞台印象很深，觉得它最大的特点就是让观众笑。你们金海岸的特点是什么？你们如何介绍金海岸的演出？

韩建鸥：从市场来说，要让百姓看得起我们的演出，所以我们把门票的价格定在了40、60、80、100元这四档。从内容上说，我们要做的文化产品是要让百姓看得懂，并且是老百姓喜欢看的文化产品。

司马一民：那你们金海岸文化产品的目标顾客就是当地的老百姓，对吗？

韩建鸥：是的。我们走的是贴近老百姓的路线，来看我们演出的观众大多是本地市民，往往又是回头客，也有少量的商务客。我们是驻场演出，在苏州、上海、义乌、杭州等地都有我们金海岸的演剧院，目前我们一共有16个剧场，每天都有演出，连过年那几天也不落下。我们每15天换一次节目，每次节目有两个小时。

司马一民：在两个小时的时间里观众能看到哪些表演？

韩建鸥：那可多了，我们走的也是综艺节目的路线，每场演出都有歌舞、小品、音乐剧、杂技、魔术等，在表演形式上就和春晚差不多，十分丰富。几乎可以看到各种门类的表演，不光是中国的，还有外国的，比较时尚的表演形式我们这里都有，不同的观众喜欢不一样的表演，我们这里可以说兼顾了观众的各种口味。

司马一民：要把这台节目串起来不容易，我能不能这样理解，你们把电视台做的综艺节目搬到了舞台上？

韩建鸥：对，而且更加利用声、光、电等科技手段将舞台装扮得更加精美、生动。

司马一民：那真的是一种大众文化消费。

韩建鸥：我们的艺术产品坚持精彩多变，与老百姓当下的生活结合在一起，社会上有新鲜的事物，在我们的小品上马上就能反映出来了。

司马一民：你现在16家演剧院每年的观众有多少，主要集中在哪个年龄段？

韩建鸥：去年一年有370多万观众。我们做过调查，主要集中在20岁到40多岁的年轻人。像我们杭州的东坡剧院几乎每天都是爆满的，周六、周日都是要加场的。

司马一民：吸引了这么多的观众，真不容易。我从你们的节目单来看，的确比较吸引年轻人。这么丰富多彩的演出节目，背后一定有一个强大的艺术创作团队吧。

韩建鸥：是的。首先在艺术作品创作上，我们有个艺术创作中心，其中有歌舞、戏曲、音乐、文字等创作室和服装、道具八室二厂。其次是演员，我们找艺校的学生，通过培训达到演出水平，再和他们签约，我们还通过网络招收演员，这样就可以

更大范围地吸纳人才。从我们这里也走出了不少优秀的表演者，像现在社会上很热门的达人秀、星光大道等的参与者，有很多是我们这里的演员。我们也是通过自己的平台，给了不少热爱表演的人更多的机会。

司马一民：除了你自己演剧院的人以外有没有些签约的、外聘的优秀演职人员？

韩建鸥：有的。除了部分演员是固定班底，我们的外聘人员还有不少。我们每场就有7到8个嘉宾走场，另外我们还聘用顶尖艺术人员为我们做指导。像中央台担任15年春晚的总导演邹友开是我们的艺术总监也是我们的股东，像杨丽萍是我们的舞蹈总监，孙楠是我们的音乐总监。他们往往一个季度过来指导一下。

司马一民：这个思路蛮好，你们更好地把社会资源整合起来，要是把那些顶尖艺术人才完全纳入，成本太高。

司马一民：你们是怎么开始发展文化产业连锁的？

韩建鸥：我年轻的时候就比较喜欢钢琴、小提琴。当时社会上有很多歌舞厅，门票要180、280，觉得价格比较高，我们当时刚开始的时候40元门票还送一杯茶，节目形式也和现在的差不多，也是歌舞、小品之类的，生意很好。每天晚上来看演出的人太多，走廊里也挤满了人。于是就一家接一家开起来了。当时开了5—6家，就发觉要标准化起来，统一管理，否则节目质量不一样。于是我们就改制了，变成了股份制，建立了各类创作中心及制作部门，还规范了财务制度，最重要的是文化产品的品质有标准了，这样比较规范。就这样慢慢发展起来了。

司马一民：连锁经营都是复制式的，就像肯德基连锁，它全国各地的店里提供的产品、服务基本都是一样的，它之所以能够推广开去也就是复制性强、成本低，那你们金海岸16个演剧院也是这样的吗？

韩建鸥：我们不完全一样，我们的一部分演出节目是统一创作制作的，通过总部研发成熟后，再作品复制，在各个剧院演出，另一部分是各个剧院的演员班底节目，这部分占了大约50%。演员也同样是两拨人，一拨是班底演员，是隶属公司的演员，另一部分是嘉宾演员，是在流动的。这样的演出模式是中国独创的，外国投资客也对我们很感兴趣，像美国红杉基金也被吸引到我们这里来投资。

司马一民：我觉得这种模式非常好，节约成本，统一产品质量。这几年国家提倡发展文化产业，你们也是遇到了很好的机遇。二、三线城市富裕起来了，文化需求也加大了，你们定位很准，很有战略眼光。

韩建鸥：我们走的是“草根”消费，消费者的面很广，也深受老百姓的喜欢，我觉得文化做成产品就要和市场接轨。每年我们带着自己的团队去世界各地考察，像欧洲的一些国家文化产业做得很强，他们走的就是贴近老百姓的路。前段时间我们考察太阳马戏团，这是个很有名的文化团体，在拉斯维加斯排名前10位的表演节目里有6台都是他们的。2008年奥运会上先进的舞美技术就是他们那里过来的。

这个马戏团最早是由一群加拿大魁北克省的街头流浪艺人组成的，他们也是草根，但是草根最容易壮大，最能够贴近市场。

司马一民：你们贴近市场的同时也坚持自己的创作原则。虽然你们不是教育行业但是做文化产业也有教化责任，寓教于乐。听说金海岸的艺术作品也到国外去了？

韩建鸥：是的，2008年、2009年我们去了欧洲的荷兰、德国、比利时做商业演出，巡演了33场，列入当地的演出季，进入大剧院演出，很受当地的华人还有外国人的喜爱。巡演的那些作品都是自己创作的，作品名字也很大气，叫“中国印象”。

司马一民：你们商业演出的同时也是在传播中国的文化。你们最近有什么计划？

韩建鸥：我做的是文化产品的商业运作，现在我们还准备将企业上市，想把企业做得更大。目前江苏、浙江、上海、山东四个省市已经都有我们金海岸的演出基地了。去年文化部奖励给我们1000万元，我们一个民营企业在这么多的地方，开这么多的剧院并且这么受老百姓的喜爱，是很不容易的。我们还打算每年继续开5到6个剧院，5年之内争取达到50家。

司马一民：非常感谢您接受我们的采访，希望你们能做出更多老百姓喜闻乐见的文化产品。

(2012-7-25)

老字号面面观

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

关注老字号的生存 >>

杭州是座历史文化名城，拥有许多响当当的老字号。这些老字号见证参与了杭州的繁华与变迁，也承载着杭州丰富的城市文化内涵，其本身就是不可多得的历史积淀的一部分。杭州市老字号在发展鼎盛时期共有 69 家，涉及餐饮业、服务业、副食品业、日用百货业、工艺品、中药业等。楼外楼的西湖醋鱼、知味观的小笼包子、王星记的松香扇、都锦生的织锦，这些老字号经营的商品或服务项目给几代人都留下了美好回忆。

但是目前老字号的发展状况不容乐观。由于市场竞争的加剧、人们生活需求的变化、其自身经营机制转换的滞后及其沉重的历史包袱以及城市建设需要而被拆迁、企业改制拍卖等因素的影响，杭城相当数量的老字号消失了。据了解，原有老字号现在已有 33 家退出市场，其中有 6 家因为产品老化等原因较早关闭；9 家采取老字号牌照与企业经营场所产权分割分离办法被拍卖；因城市改造拆除、无力承受重置价或未安排合适场地而停业消失的有 9 家；出租转业的 2 家，还有 7 家被兼并，36 家现在仍在经营的老字号中只有少数几家经营状况较好。

对于保护老字号，大家没有异议，现在的问题是如何保护？

发展是对老字号最好的保护。老字号不是文物，它是经济实体，是市场竞争的主体，它不能被动地等待保护，它得适应市场竞争，要不然它就不可能生存下去。因此，发展对于老字号来说，永远是第一位的。只有立足于发展，老字号才能推陈出新，在竞争中不断壮大。许多老字号目前境况不好，这当然有多方面的客观因素，但是主观上是否也有问题呢？是否有强烈的发展意识？是否有参与市场竞争的勇气？如果没有这些主观上的东西，仅仅希望像保护文物似的保护老字号，终究是保不住的。

同时，因为老字号是一种历史文化，政府当然有责任对其保护。但是，这种保护应当是从传承文化的角度出发，从老字号的行业特点出发，为老字号的发展创造必要的条件，帮助它们解决发展过程中靠自身力量无法解决的一些问题，而不是给

予它们有悖于公平竞争的特殊照顾。比如,由于历史的原因,有些老字号停车困难,能否给予解决;许多老字号位于老城区,在旧城改造的过程中,是否可以考虑给予合适的区位等。

总之,保护老字号要有两个积极性,首先是企业要立足于发展,其次是政府热情支持。

(2003—4—6)

再说老字号的创新 >>

这是我第 N 次写关于老字号的文章。这几年我从多个角度写了许多与老字号有关的文章,原以为没有什么可值得再写的了,不料前几天听知味观总经理孟亚波说,厨师用电脑“制作”菜肴、用网络交流烹饪技艺和传递信息、指令,又一次激起了我再写老字号的欲望。中国菜的烹饪,无论是用料还是制作,历来都是“毛估估”的,每个细节、每道工序基本上没有量化。即使是传统名菜,也不过是师傅手把手教徒弟,一代代往下传。这种制作方式的局限性是没有制作标准,难以保证品质的同一,不易推广。在进入信息时代的今天,连锁经营已经成为服务业(餐饮业)发展的方向,肯德基、麦当劳以其很高的标准化程度赢得高速发展,就是最好的例证。缺乏标准使中国菜难以适应连锁经营的发展趋势。知味观之所以能够实现酒家、传统点心、卤味外卖 3 个层面的连锁经营和工厂化食品加工,就是因为建立了生产标准,用标准保证品质的同一性,从而使老字号的品牌效应不断延伸。

创新使老字号焕发了青春,适应了现代生活的需求;创新给老字号带来了巨变,求得了新的发展。杭州这座历史文化名城曾经拥有许多响当当的老字号。楼外楼的西湖醋鱼、知味观的小笼包子、王星记的松香扇、都锦生的织锦,这些老字号经营的商品或服务项目给几代人都留下了美好回忆。

但是目前老字号的发展状况不容乐观。由于市场竞争的加剧、人们生活需求的变化、其自身经营机制转换的滞后及其沉重的历史包袱以及城市建设需要而被拆迁、企业改制拍卖等因素的影响,杭城相当数量的老字号消失了。现在仍在

经营的老字号中，只有少数几家经营状况较好。保护老字号成为我们城市发展中亟须解决的新课题。老字号是什么？它不仅仅是生存年头比较长的企业、是知名度比较高的商品、是一种商业元素，更是一种历史遗存，是一种文化！

杭州之所以被称为历史文化名城，是因为有许多历史文化积淀，比如历史建筑、文化名人等等，另外还有老字号。而由于历史的原因，老字号往往成为旧城改造的对象。在城市建设中如何保护老字号，需要统一思想。对杭州这样一座历史文化名城来说，保护老字号是极其重要的。即使说保护老字号就是保护杭州的历史文化，我看也丝毫不过分。也许对老字号进行保护，或者给老字号吃些“小灶”，会影响某些方面的经济利益，但如果我们立足于建文化名城，那么就会觉得这些做法实在很有必要。因为历史文化并不是用几个小钱可以替换的。

对老字号的保护，应当从传承文化的角度出发，从老字号的行业特点出发，为老字号的发展创造必要的条件，帮助它们解决发展过程中靠自身力量无法解决的一些问题，而不是给予它们有悖于公平竞争的特殊照顾。老字号的生存发展从根本上说，是要创新，创新体制、创新管理、创新技术、创新产品、创新经营和创新企业文化，努力适应新时代。老字号不是文物，它是经济实体，是市场竞争的主体，它不能被动地等待保护，它得适应市场竞争，要不然它就不可能生存下去。因此，创新对于老字号来说，永远是第一位的。

（2004—4—19）

“杭州酒家”：老字号的新作为 >>

在杭城，冠以“杭州”的店家不多。即便是在计划经济时期，不讲究知识产权的日子里，一店要冠以“杭州”之名，也很不容易。因为店名冠了“杭州”，那就是代表杭州，代表了杭州的某一个方面，因此，冠以“杭州”的店家大都是老字号。“杭州酒家”就是这样一店。可惜，因湖滨地区改造，“杭州酒家”告别了延安路，一晃已过了两年。现在“杭州酒家”老店新开于环城北路艮山门，老字号终于重出“江湖”。

“杭州酒家”虽然老店新开，连我辈业外人也为经营者捏了一把汗。开店，尤其

是酒楼，市口太要紧了，几乎可以说是成败的关键。现在“杭州酒家”所处的位置，岂能与延安路相比？生意做得好？让人欣慰的是疑问被事实打消了，杭城许多食客慕老字号之名而络绎光顾。总经理胡忠英，这位掌勺快四十年的国际烹饪艺术大师说，生意比预想的好。看看，这就是老字号的魅力！

那么，是否“杭州酒家”从此就可以高枕无忧了？胡忠英说，现在杭城许多食客来“杭州酒家”，多多少少是怀旧；如果要吸引更多的消费者，我们还要创新。可喜的是，“杭州酒家”老店新开没有几个月，就在保持传统名菜特色的同时，有了菜肴创新和管理创新、有了发展的谋略。菜肴创新包括了历史名菜的挖掘翻新和不断推出适应现代消费的创新菜，管理创新包括了对消费者细致周到的服务和用计算机储存、处理客户信息，他们还拟订了连锁经营的发展举措。

老字号要生存，必定要靠新作为，这是所有红红火火老字号的共同点。尽管老字号的业态不同，经营内容不一样，但抽象了看，就是有了这个共同点，他们才“老当益壮”，活得有滋有味。“杭州酒家”的新作为给了我们老字号焕发青春的充足理由。我们期待着“杭州酒家”以及杭州的老字号在创新中大步往前走。

(2005-1-17)

为什么要保护老字号？>>

这几天，杭州日报经济新闻版连续在做老字号的专题报道。大热的天，烈日下，一些市民在街头参与调查，可见市民对老字号的钟爱。关于老字号，七八年来，因时因事我写过不少文章，结识了一些老字号的“掌门人”，对杭城的老字号也算比较熟悉了。眼下读了本报同仁的专题报道，有了一点新的想法：对老字号除了一要保护二要有新作为之外，还得建立推进发展的机制。

为什么要保护老字号？老字号不仅仅是生存年头比较长的企业、不仅仅是知名度比较高的商品、不仅仅是一种商业元素，更是一种历史遗存，是一种文化！杭州之所以被称为历史文化名城，是因为有许多历史文化积淀，比如历史建筑、文化名人等，当然还有老字号。由于历史的原因，老字号大都坐落在老城区，房

屋破旧、无处停车，不但影响经营，更难说发展，还往往成为如今旧城改造的对象。对杭州这样一座历史文化名城来说，保护老字号是极其重要的。即使说保护老字号就是保护杭州的历史文化，我看也丝毫不过分。也许对老字号进行保护，或者给老字号吃些“小灶”，会影响某些方面的经济利益。但如果我们立足于建文化名城，那么就会觉得这些做法实在很有必要。因为历史文化并不是用几个小钱可以替换的。给老字号应有的地位，就是尊重杭州的历史文化。我们应当为老字号的发展创造必要的条件，帮助它们解决发展过程中靠自身力量无法解决的一些问题。

为什么说老字号要有新作为？因为发展是对老字号最好的保护。老字号不是文物，它是经济实体，是市场竞争的主体，它不能被动地等待保护，它得适应市场竞争，要不然它就不可能生存下去。因此，发展对于老字号来说，永远是第一位的。只有立足于发展，老字号才能推陈出新，在竞争中不断壮大。看看人家楼外楼、知味观、山外山、胡庆余堂……个个活得滋润。靠什么？还不是有新作为。许多老字号目前境况不好，这当然有多方面的客观因素，但是主观上是否也有问题呢？是否有强烈的发展意识？是否有参与市场竞争的勇气？如果没有这些主观上的东西，仅仅希望像保护文物似的保护老字号，终究是保护不了的。

现在的问题是：靠什么推动老字号有新作为？说句兜底的话，有些企业戴着老字号的帽子，做一天和尚撞一天钟，无所作为，你拿它怎么办？我能认为可以用市场机制推进老字号改革创新。老字号的名号（无形资产）是杭州城市的资源，不是哪一家的资产。建议建立老字号的名号（无形资产）有偿使用的竞争机制，取消老字号的名号（无形资产）使用权的“终身制”，实行有偿使用，使老字号的名号（无形资产）保值增值。可以考虑让现在拥有老字号的名号（无形资产）使用权的企业优先继续使用，但要确定使用期限，并且要有考核的指标。在规定的期限内，完成了考核指标的，可以继续使用老字号的名号（无形资产）；达不到考核指标的，取消老字号的名号（无形资产）使用权，将老字号的名号（无形资产）使用权公开竞争，谁能够使老字号的名号（无形资产）保值增值，就让谁来使用老字号的名号（无形资产）。市场机制将会选拔出能够使老字号有新发展的企业，使杭州老字号中有更多的“山外青山楼外楼”。

（2006—8—29）

楼外楼：以“五个创新”促发展 >>

改革开放以来，我国餐饮业发展迅速，杭州就是发展最快的城市之一。尤其引人关注的是，杭州老字号餐饮企业正在焕发青春，楼外楼就是其中的典型代表。

老字号餐饮企业代表了一种历史文化，形成了独特的文化价值，成为当地人们生活中的一部分或一种生活方式的象征，从现代意义上讲，这就是品牌效应。160年来，楼外楼名厨辈出，承前启后，博采众长，在烹饪技艺上逐渐形成了鲜明的风格，确立了在杭州餐饮业中的品牌地位。凡有尊客嘉宾来到杭州，主人必请至楼外楼品尝杭菜风味。外地游客游览西湖，更以到楼外楼品尝杭州美味佳肴为荣。

如何使这种对楼外楼品牌的认同能持久保持下去？在实践中，楼外楼人深切感悟到，创新是打造餐饮企业品牌的不竭动力，对于老字号来说，创新就是自我超越，创新就是用新的更有效的方式整合资源，使之效益最大化。20多年来，楼外楼大力推进“五个创新”，给金字招牌注入新的内涵，使企业发展驶上了快车道，去年销售收入达1.8亿元，实现利润3350万元。

观念创新

老字号餐饮企业是历史的产物，它有被社会认可的金字招牌、独家正宗的传统手艺和自己的经营理念。老字号尽管有自己“老”的优势，但其旧有的观念、经营模式等已不能适应市场经济和知识经济时代的需要。比如“酒好不怕巷子深”的思想观念已完全跟不上现代社会的营销现状，应该转化为“好酒也要勤吆喝”。楼外楼注重从观念上创新，培养和树立开拓进取、求真务实、解放思想、敢为人先的创新精神，切实强化品牌意识，摆脱落伍的传统观念的束缚，树立老字号“牌老人不老”“老字号要做新文章、干新事业、创新品牌、求大发展”的新观念。

体制创新

体制创新是企业改革和创新的基础。楼外楼菜馆已经进行了以产权制度改革为核心的现代企业制度改革，由全民所有制企业改制成为国有法人和企业职工共同持股的多元投资主体的实业有限公司，解决了企业资本结构问题，提高了资本金

的利用程度，充分调动了干部职工的积极性，激发了企业的活力。楼外楼的改制不仅为杭州国有餐饮业产权改革探索了新路子，更重要的是为下几轮的竞争和发展装上了推进器。

目前，楼外楼又在筹划上市，寻求在新的高度上的新发展。

科技创新

科技是第一生产力，随着经济全球化时代的到来，科学技术对经济的影响程度是空前的。因此，科技创新是企业营造品牌加快发展的关键所在。在科技创新上，楼外楼对食品厂加大了科技投入，不断引进先进的食品生产机械设备，创建一流的现代化食品厂，加大产品的科技含量。目前，食品厂的常规供应品种已达 30 余种，而且产品质量显著提高，并且加强了与高等院校和科研机构的合作，充分利用各方面的科研力量，着力开发新产品。总店和分店都坚持创新菜研制制度，不断翻新和创新菜肴，开发了“宋嫂厨艺”半成品系列菜肴，以适应餐饮市场的需要。着力营造人力资源开发和人才培养、管理的良好环境，有计划地组织员工进行科技培训和进修，引进计算机网络管理。

管理创新

老字号企业要克服陈旧管理模式的束缚，把现代化管理方法引进来，为此，管理创新是企业创新中的基础工程。公司注重以人为本的“人本管理”思路，实行企业运行制度化。良好的制度加上严格的执行，使员工形成良好的工作行为和企业的竞争环境。总店的对外接待部、各餐厅变原来单纯的接待型为服务经营型，根据经营指标考核完成情况，同时又将市场竞争机制引入公司内部，形成你争我赶的局面。成立了市场营销部，系统地研究市场竞争诸因素，收集同行业信息，确立竞争目标。探索百年老店与市场接轨的结合点，各分公司实行独立核算，自负盈亏，采取灵活的用工制度，建立自己的管理模式。总店除职能部门外均实行了工资总额承包制，下属企业实行利润考核制，餐厅部门实行营业额提奖制。厨房部门则采用毛利率考核制，形成了任务、目标、奖励三位一体的运行制度。实施连锁经营，在杭州市区已开设了 24 家外卖店。

文化创新

文化是品牌赖以生存与发展的基础，是企业品牌最核心的本质。大凡著名品牌，必然是有浓厚的文化韵味。文化链接的品牌形象，往往带有极其强烈的个性色彩，有什么样的文化，将在一定程度上决定企业品牌特征与个性。楼外楼“以文兴楼”“文化创牌”，开展了独具个性的文化活动。

楼外楼所处之地，真可借用一句文绉绉的赞语：郁郁乎文哉！楼外楼左邻是博物馆和中国最有名的藏书楼之一的文澜阁，右邻是俞楼和文名远播的西泠印社。在这方圆只能用几百米计的风水宝地上，俞曲园在这里讲过学，吴昌硕在这里刻过印，潘天寿在这里作过画，丁申丁丙兄弟在这里补救过《四库全书》……如果再追溯

得远一些，白居易在这里吟过“最爱湖东行不足”的诗章，苏东坡在这里刻勒过纪念欧阳修的铭文，陆游在这里咏过梅，康熙皇帝在这里宴请过江南文士……文气荟萃，风景优美，再加上中国文人素来喜好雅集，喜好在酒酣耳热之际吟诗作文，这楼外楼自然成了他们的首选之地。自楼外楼问世 160 年来，光临过楼外楼的中外名人、文人如满天繁星，仅中国近代史上有名的人物就有孙中山、宋庆龄、鲁迅、郁达夫、何香凝、吴昌硕、柳亚子、马寅初、黄宾虹、潘天寿、竺可桢等。在名人的文章、书法中留下了做客楼外楼的情景，使楼外楼的文化创新有了厚实的基础。

为了营造环境的文化氛围，楼外楼在杭州总店的大堂内，设立了宋嫂的雕塑像和苏东坡咏西湖的诗句。餐厅及包厢里，悬挂了周总理在楼外楼接待外国元首的历史照片和社会名流为楼外楼创作的诗词书画，突出了百年老店的文化历史。楼外楼是临西湖而兴，因文化而盛，为此，特意将 50 多个包厢取出有文化内涵的名字，刻成匾额，要求服务员讲出该匾额名字的含意，加深了用餐环境的文化气氛。

近年楼外楼先后举办了“西湖和饮食文化笔会”“楼外楼新十大名菜比赛”“文化名人与楼外楼”等活动，还多次邀请全国的书画名家集聚一堂，吟诗作画。现在楼外楼已收藏书画数百幅，遇到重要店庆、节庆，悬挂上墙，供顾客、游人观赏。从 1992 年开始，公司连续主办了各种大型饮食文化和烹饪技艺的研讨交流活动，其中，有南北特色菜肴荟萃的食品节，有高层次的饮食文化学术交流，先后举办如：楼外楼 94 浙江饮食文化技艺研讨会；杭州与台湾饮食文化技艺研讨会；楼外楼创店 150 周年暨亚洲饮食文化技艺研讨会及中国六大古都老字号饮食文化研讨会。研讨范围从楼外楼名菜到海峡两岸的餐饮，直至 21 世纪的中国和亚洲饮食文化。饮食文化有地域性，有竞争性，更有互补性。坚守地域，有利发扬传统；热衷互补，有益于创新发展。只有真正做好这一守一补，中国的饮食文化这株艺术之花才会永不凋零；中国的餐饮事业才能从容面对来自四面八方的挑战。

2003 年国庆节前夕，杭州市为恢复西湖 300 年前的历史风貌而进行的“湖西景区整治工程”竣工了。这是和当年苏老先生治理西湖相似的惠民工程。为了表示对这个工程的赞许和庆祝，也为了进一步继承和弘扬东坡饮食文化及对这位“西湖大功臣”的纪念，同时也为庆贺自己的 155 周年店庆，楼外楼邀请了四个与苏东坡生平密切相关的外省城市的同行，在西湖边举办了一次“新西湖杯”中华“东坡宴”荟萃展。为了使这次盛会具有更浓的文化和学术氛围，他们还特请了我省的著名宋史专家、省旅游研究会会长林正秋教授和江苏的饮食文化专家、扬州大学烹饪系教授邱庞同先生作顾问。受邀的城市也都派了当地媒体的记者，作为嘉宾随团采访和报道。杭州本地有十多家餐馆参加，他们都在店门口都挂起了“游新西湖品东坡宴”大红横幅，并在店堂里陈列出自己烹制的东坡菜的样品，一时间，在杭州形成了一股“满城争摆东坡宴”的热潮。经过参展厨师反

复的切磋交流及制作,最后有 55 道东坡菜在楼外楼的大堂里作了展示。然后由顾问及嘉宾品评,从中选出了 15 道精品东坡菜,组成了一席“中华经典东坡宴”。这席“中华经典东坡宴”来自五省市,有不同的地域背景,不同的口感口味,用不同的原料及烹饪手法制作,但在文化内涵上,都是和苏东坡这三个字连在一起的。对此,林正秋教授评述:“这席菜肴,能使人或多或少地领悟了东坡饮食文化的过去和今天。它不是简单地贴标签,而是对传统的中华饮食文化的继承和创新,是当得起‘中华经典东坡宴’之称的。”

为了使历史文化推进企业的发展,楼外楼邀集教授和文化界人士,评析策划,先后编写出版了《名人笔下的楼外楼》《中国杭州楼外楼》《楼外楼创建 150 周年纪念画册》《杭州楼外楼名菜谱》《楼外楼珍藏名家书画选集》等系列书籍,对楼外楼的创业历程、文化传统、改革创新、经营管理进行了理性梳理和文化审视,既起到了宣传企业的效果,又以文化效应推动了企业经营的更快发展。

(2008—8—18)

“知味观”:三次跨越大发展 >>

美食,一向与杭州结缘。往事越千年,南宋时的杭州酒肆林立,许多名菜如东坡肉、宋嫂鱼羹、蟹酿橙等延续千年,至今仍是杭帮菜的代表和杭州名店的当家菜。乘着改革开放的东风,杭州有一批餐饮企业脱颖而出,知味观就是其中的典型代表。知味观被国家商务部评为“中国十大餐饮品牌企业”和首批中华老字号,还获得了浙江省著名商标、浙江省重点流通企业和中国商业名牌企业的称号。

创新,实现三次跨越发展

“知味停车,闻香下马”,几十年来,知味观的当家产品一直是小笼包子、猫耳朵等杭州小吃,兼营杭帮正餐。上世纪九十年代初以来,在邓小平同志南方谈话精神的指引下,围绕着如何“思想更解放一点、胆子更大一点、步子更快一点”,加快改革开放的步伐壮大企业,杭州商业资产经营公司、杭州饮食服务集团和知味观一直都在分析市场形势,积极探索发展新路。

第一次跨越：从做优小吃走向做大正餐。

当时，人民收入逐步增加，改善生活的愿望迫切，旅游业起步，人们对吃开始讲究起来了，吃的需求上升，可杭州的餐饮店大多比较小，而且设施陈旧、消费环境不能满足消费者的需要。

需求就是发展机遇，要抓住机遇求发展。机遇看到了，发展也明确了，可如何发展呢？杭州商业资产经营公司、杭州饮食服务集团和知味观认为，知味观的发展要解放思想、走创新之路，既要继承传统，又要跳出传统的框框。于是，决定投资改善营业场地，营造良好的消费环境；在做优传统杭州小吃的同时，实施经营创新，做大杭帮正餐，以适应消费需求、旅游需求。

1997年11月，营业面积达2800平方米的知味观新店开张，这是当时浙江省最大的餐饮店。新开张的知味观一楼供应小吃，除了保留传统的杭州小吃之外，还引进了全国各地名小吃，使小吃的品种由原来的30多种增加到近百种；二、三、四楼经营正餐，包厢、宴会厅、多功能厅俱全，有2000多个餐位，在这里不但可以吃到传统杭州名菜，而且还引进了国内其他菜系的名菜。知味观新店一时间成为杭州餐饮的首选，常常宾客盈门，节假日更是一席难求。

第二次跨越：从单店走向连锁。

随着民营经济快速发展，餐饮业竞争十分激烈，不少老字号在市场竞争中举步维艰，一些大型餐饮企业也在市场竞争中倒闭。知味观却以现代经营理念谋划老字号的发展进一步打响了品牌。

一是实施连锁经营。连锁经营是国际上先进的经营方式，肯德基、麦当劳就是成功的例子。连锁经营完全可以成为餐饮企业、老字号做大做强的一种选择。经过市场调查分析，知味观确定了从正餐、小吃、外卖三个层面实施连锁经营战略。

1999年知味观在庆春路世纪联华超市（原家友超市）内开设第一家卤味外卖连锁店。

2000年在湖墅南路开设第一家小吃连锁店。

2000年知味观在上海开设第一家连锁餐饮店，历经7年，已经在上海站稳脚跟，是上海消费者品尝杭帮菜的最佳选择。

2003年知味观在高银街开设味宅，这是一家以经营特色杭菜、时尚、流行菜及精美点心为一体的精品店，装修风格别具匠心，古今结合，突出精致，既有古朴风格，又有时尚元素。600余平方米的店面，整个像一座私宅大院，天井、回廊、后院，门楣上的“1913”显示它的悠久历史，坐在古宅的包厢或厅堂内，品尝精美的传统佳肴，感受老店意韵。

2004年知味观在杨公堤开设味庄，这是知味观品牌在西湖风景名胜区开设的杭城首家园林式休闲湖景餐厅。味庄前含山水，后挹湖光，小桥流水，曲径通幽，共

拥有六栋建筑,如明珠般点缀于湖光林荫间。室内装饰各具风格,时尚明快,典雅古朴,与室外美景相映成趣,浑然一体。在主要经营中高档杭帮菜肴的基础上,数十种创新海鲜、特色菜肴也给宾客提供极致的享受。主楼一楼及室外休闲场地除供应知味观传统点心、小吃外,还有各式创新的中高档点心。味庄已成为杭州国宴接待、商务宴请的首选。

至2007年底,知味观品牌之下共开设各类连锁店51家,其中:正餐店4家,点心小吃连锁18家,卤味熟食外卖店27家,工厂产品专卖店2家。目前仅点心小吃和卤味熟食外卖连锁经营的营业收入已经超过了知味观本部总营业收入的50%以上。连锁经营为知味观的发展壮大起到了重要作用,并且进一步打响了老字号的品牌。

二是引进现代科学管理办法,以现代管理手段促进老字号稳步发展。近几年,知味观按照推进品牌建设和连锁经营的要求,积极引进现代科学管理办法,实施了三效管理,使知味观的现场管理、消防管理、食品卫生管理得到了较大的提升,工作效率也不断得到提高。《连锁经营管理手册》的制定使连锁经营日趋规范。在人才培养方面也不断有创新的举措,按照饮服集团人才常青计划,结合知味观特点,实施了储备店长培训制度并适时推出示范店,为连锁经营的稳步发展提供了比较好的基础。

第三次跨越:从“一勺一锅”烹饪走向专业化、标准化生产。

进入新世纪以来,家庭的小型化、工作节奏的加快,已经成为社会发展的趋势,随之而产生了生活便捷化的新需求。人们迫切希望从做饭烧菜这种繁琐的家务劳动中解放出来,为自己争得休闲放松的时间。针对这种新需求,知味观2000年开始进军食品加工业,他们建起了食品工厂,改变了以前一勺一锅烹饪的制作方法,用专业化、标准化生产的方式制作真空包装食品,使得杭州的传统食品和菜肴,比如八宝饭、东坡肉等,延长了存放期,又便于携带,扩大了产品销售半径。建立配送中心,集中生产卤味熟食,向外卖店配送;集中加工菜肴半成品,向各正餐店和小吃店配送。集中采购原料,集约化生产,不但保证了食品安全,而且降低生产成本、产生规模效应。生产规模的扩大,使得各外卖店、专卖店的配送有了保障,同时,也实现了专业化和标准化生产,使得产品的品质有了保障。如今,杭州市大部分社区都能就近买到知味观的产品。

三次跨越使得知味观不但实现了快速扩张,而且实现了经济效益的持续增长,1998年知味观的营业收入为4631万元,2007年达到2.9亿元,是1998年的6.3倍。

最近,知味观又将推出“知味名菜”系列,有近30个品种,荤素搭配,可以冷藏。这是一种半成品,再加工非常简单,即使是不懂烹饪的人,拿回去也能做出美味佳肴。

创新,实现新发展的原动力

2007年12月,杭州提出重点发展十大特色行业,其中第一个是美食,要求形成

具有杭州特色的美食特色街(美食城)和一批具有较高质量的杭州餐饮发展研究成果,将杭州的美食行业成为城市的品牌。行业品牌和城市品牌的基础是企业品牌,只有企业品牌打响了,行业品牌和城市品牌才能确立。已跨入第 95 年征程的知味观,如何进一步做大做强老字号品牌?如何为杭州打造美食天堂发挥好龙头、领跑作用?知味观提出要推进三个方面创新。

第一,进一步推进营销创新。一是结合杭州打造生活品质之城的活动,积极和政府部门配合,不断宣传知味观品牌,提升知味观品牌形象。二是结合社区消费特点,认真做好品牌餐饮进社区工作,适度加快连锁发展速度,使知味观品牌更多地深入社区群众生活中。三是进一步完善营销体系,及时设计策划促销活动。四是进一步统一知味观品牌 VI 形象。

第二,进一步推进技术创新。一是根据市场需求加快开发健康、绿色新产品,进一步改善现有产品的品质。二是根据消费者的需求,加大对点心和卤味产品的结构调整,满足不同层次需求。三是进行烹调设备的更新。主动和科研单位合作,设计出既符合产品加工要求,又符合节能环保要求的烹调设备。四是不断进行烹调工艺的创新,组织专门人员加强对卤味、点心的制作工艺改进,使产品的色泽、香味、口感和制作工艺更加适合品牌定位。

第三,进一步推进管理创新。对《连锁管理手册》、人员培训等管理制度等进一步完善,加大员工培训力度。尽快在知味观品牌旗下的所有企业包括门店实施信息化管理,提高统一经营管理的程度,发挥知味观品牌的整体优势。

(2008—9—8)

天香楼:老店新开要出新意 >>

老店新开,往往令人期盼。期盼什么?期盼一个“新”字。因为是老店,有几十年甚至上百年的历史,人们非常熟悉老店的格局、产品,但是又希望老店在新开之时,不仅有依旧的“涛声”,最好还能有“新曲”悦耳。过分吗?不过分!谁叫你是老店,你就该如此。

杭州是历史文化名城，有不少老店。前些日子楼外楼、奎元馆、天香楼等不约而同进行了店堂改造，也许是巧合，都想在“十二五”以新的面貌迎接天南海北的客人。楼外楼沿袭了一向的做派，只是装裱一新的名人字画尺幅更大了更有气派了。奎元馆搜罗了一批老照片，放大、镶框、排列，还制作了大幅的壁画，演绎了百年老店的历史与传说。天香楼更特别，居然将相国井请进了店堂。相国井是杭城的一口老井，有人说它是杭城最老的井，是不是最老，未做考证，有 1200 多年历史倒是真的。相国井位于杭州解放路西段井亭桥边，为唐大历年间杭州刺史李泌所开，因李泌曾任宰相，后人在井旁建相国寺，以纪念李泌，故名相国井。杭州自隋代以来，城市日益发展，人口众多，但杭州城区是由浅海湾演变成的陆地，地下水很咸，以传统方式凿井，井水不能饮用。李泌任杭州刺史后，发动民工自涌金门至钱塘门分置水闸，在城内市民聚居处开挖大池（井），水闸至大池间挖深沟，沟内砌石槽，石槽中安装竹管（后改瓦管），填平深沟，开启水闸，使西湖水源源不断流入城内。后来，由于杭州地下水水质变好，人们就地掘井涌出的井水也能饮用，原有 6 井的功能逐渐减退。到了明代，6 井中有 4 口井报废，只有相国井和西井还存在。到了清代，相国井和西井也都废弃而被填埋。辛亥革命杭州光复后，人们在井亭桥畔相国井原址用红砖砌了一个大井栏，留下了一个相国井的标记，使后人记住李泌的功绩。1987 年，杭州市人民政府在原址修建了相国井井圈护栏，并在旁边立石碑记其事。相国井被列为杭州市重点文物保护单位。

天香楼与相国井相伴几十年。天香楼创办于 1927 年秋，以唐代诗人宋之问“桂子月中落，天香云外飘”的名句为该店命名。善用鱼、虾、蟹、禽等鲜货为原料，制作上讲究清鲜脆嫩，很适合江南游客的口味，兼营川、徽、苏菜，为民国时期杭城名楼。该店原设在教仁街（今邮电路）南侧，1956 年迁至解放路井亭桥边，1981 年 7 月改建成三层楼房，面积达 2000 余平方米，一次可接待宾客 1000 余人，为当时杭城之最。天香楼经营的杭菜，口味纯正，特色鲜明。东坡肉、西湖醋鱼、龙井虾仁、叫化童鸡、干炸响铃、油焖春笋、鲜栗炒子鸡、春笋炒步鱼、火踵神仙鸭等均为该店的拿手菜。后苦于无处停车，搬迁至延安路浙江饭店二、三楼。天香楼总经理王政宏说，虽然天香楼离开了井亭桥，但一直牵挂着老邻居相国井。几十年来朝夕相处，相国井见证了我们的成长，分开以后总感觉若有所失。这回趁着店堂改造，我们把相国井请了进来。虽然是复制品，也算圆了天香楼与相国井再做邻居的心愿。

历经千年，杭州仍然有着丰富历史文化遗存。这是因为有无数的有心人对历史文化遗存的保护和传承，而丰富的历史文化遗存也滋养了杭州人的人文情怀，使杭州的发展渗透着文化的意味，这也是杭州这个城市与众不同之处。这样的传统一定会一代一代延续下去的。

奎元馆：发展是对非物质文化遗产最好的保护 >>

我们曾经对从前的东西很不屑一顾，以为啥都是没有见识过的新东西好。以为抛弃历史赶所谓的“世界潮流”，那是与国际接轨，时髦。其实，幼稚得很。比如，城市化推进过程中的旧城改造，用脱胎换骨来形容也不过分，弄得千城一面，完全可以反认他乡是故乡了。我们自以为那是进步，自以为那是与国际接轨。看看国际上那些著名的城市，特别是有着悠久历史的城市，远没有中国的许多城市“现代”，却是特色分明，给外来人留下深刻印象，那是因为对历史文化的保护和延续的缘故。

现在我们终于对历史文化的保护和延续有了一定的认识，旧城拆了，物质文化遗产抹去了，可我们还有很多非物质文化遗产，得好好保护。许多地方对非物质文化遗产的抢救挖掘保护都很重视，也有一些政策性的举措，这些都有必要。但是，真正要使非物质文化遗产能够在当下以及今后有生命力，能够流传下去，光有保护是不够的，通常保护是被动的，是靠外力来实现的。因此对非物质文化遗产最好的保护是发展，使其产生持久的内生力，奎元馆就是一个比较好的例子。

杭州人的吃面，因宋室南迁而时兴至今，不但绝大多数餐饮店都供应面，而且据业内人士估计，现在杭州以经营面为主的店有二三百家，奎元馆就是最出名的一家。奎元馆创建于清同治六年，原址在杭州鼓楼望仙桥堍，几经搬迁现居解放路、中山路交汇的西北角。百余年来，奎元馆的宁式大面名扬四方，梅兰芳、盖叫天、金庸等名人曾光顾，各方食客慕名而来。其制作的传统产品已形成了一种独特的风味。它选料精细，手工制面技艺代代相传，凭悟性和长期实践的体会及感觉才能掌握。它的产品特征是面条富有韧性，口感弹性好，面料色泽光亮，口味咸鲜适中，汤浓味长，此中蕴含着深厚的非物质文化遗产。

奎元馆总经理孙逸明说，奎元馆一直在思考百年老店如何传承下去，如果不用一定的载体来体现奎元馆 140 多年的积淀，很可能随着年代的推移，人们将看不到老字号核心的东西了。所以，我们近年来进行了一些探索：一是留存制作工艺，将

其标准化。以前都是师傅带徒弟，口口相传。现在不仅师傅带徒弟，而且将师傅的经验变成文字，关键处还有数据量化，使传统工艺的传承更加准确到位。二是演绎历史民俗，将其形象化。奎元馆在装修时制作了民间传说浮雕、制作了传统工艺示意图悬挂、寻找到了历史照片上墙，整个店堂犹如“面博物馆”。

因为奎元馆面食悠久的历史 and 传承发展，获得商务部、省市“中华老字号”授牌，“奎元馆宁式大面传统制作技艺”列入杭州市非物质文化遗产保护名录以及浙江省非物质文化遗产保护预备名录。奎元馆“江南面宴”获第十届中国美食节金鼎奖及中国金牌寿宴证书，奎元馆被国际饭店与餐馆协会、中国饭店协会评为“2009 国际餐饮名店”。

日前，参加亚洲食学论坛的 30 多位外国饮食文化专家在实地考察了奎元馆以后作出了这样的评价——你们留住了餐桌上的历史。

非物质文化遗产就应该这样去保护，在发展中保护，将保护寓于发展之中。

(2011-9-26)

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

杭商经营之道

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

“杭氧”：如何走向国门？ >>

12月11日，德国梅塞尔集团与杭氧股份有限公司在杭州签署了战略合作协议，其主要内容是梅塞尔集团今后采用“杭氧”的空分设备为世界各地的客户制造和供应工业气体，并且对“杭氧”的空分设备制造提供国际最先进的技术支持。作为见面礼，梅塞尔集团与“杭氧”签下了价值1900多万美元的订单，相当于“杭氧”年出口值的4倍。换句话说，“杭氧”搭上了梅塞尔集团这辆国际贸易的“特快列车”。

“杭氧”是我国空分设备制造业的排头兵。由于铺设国际贸易轨道的难度、对国际市场的把握和国际贸易规则的运用等多方面的原因，进军国际市场的步伐不快，近来每年的出口值总在400万美元左右徘徊。如何突破？“杭氧”人在苦苦思索。而对外合作拓展市场的思路，像航标一样照亮了“杭氧”走向国门之路，于是，“杭氧”与早有技术合作的梅塞尔集团一拍即合。梅塞尔集团原先是一家生产焊接、切割、空分等设备的大型企业，近年将制造业全部分离出去，单独经营工业气体，目前在世界上31个国家拥有60家子公司，在全球拥有一大批稳定的客户。双方签约后，“杭氧”成为梅塞尔集团的空分设备生产基地，梅塞尔集团将用杭氧生产的大型空分设备，为其在世界各地的客户制造并提供工业气体，这等于为“杭氧”架起了产品走向国际市场的一座桥梁。

我想，“杭氧”走向国门之举，至少给众多希望进军国际市场的中国企业这样的启示：这是个合作的时代，许多经营目标的实现，仅靠自身的力量是非常困难的，尤其是对外贸易，向欧美出口产品，就更不容易了。我们不熟悉那里的市场，不熟悉那些国家的法律，不熟悉贸易规则，生意难做。许多企业在外贸上吃煞不符合当地标准、反倾销之类的苦头，得不偿失。说老实话，企业即使出重金，恐怕一时也难找既熟悉国外行情法律，又懂专业的人才。企业拓展国际市场，单枪匹马，成本太高，不如寻求合作。如果能把中国企业的制造优势与外国公司的市场优势相结合，利益共享，岂不两全其美？至少在一个时期内这是个上策。当然，所选择的合作者一定要知名度高、信誉好的，就像梅塞尔集团那样。

(2004-12-22)

“金龙”：培育企业的核心竞争力也要与时俱进 >>

前些天与企业家聊企业发展，杭州金龙集团董事长颜阿龙谈了一个观点，培育企业的核心竞争力也要与时俱进。他结合金龙集团10多年来走过的发展之路，特别是结合近年发展“西湖之春”连锁经济型酒店的举措，解释了他的观点。我更愿意把他的观点和解释，看作是一位在商海里经历过很多风浪的企业家的经营心得。实践出真知，由自己的实践而感悟到的真知，尤为可贵，这是我的揣摩，不知颜董事长是否也这样看。而传播企业家的经营心得，让更多的企业经营者得以分享，应当也是媒体人的责任，所以我就啰嗦几句。

企业发展的历程其实就是不断自我调整的过程。调整的幅度有大有小，调整的重点会有不同，调整的自主意识有强有弱……理想化的结果是，经过调整，使企业的核心竞争力在不同的阶段都处于市场竞争的强势。以金龙集团为例，在计划经济向市场经济转型时期，作为传统的批发企业，当时的核心竞争力是货源集聚能力强和向零售企业辐射能力强。但是金龙人预见，随着商品流通的市场化，商品的产销可以直接见面，他们的货源集聚能力和向零售企业辐射能力将极大地减弱，也就是他们的核心竞争力将极大地减弱。金龙集团果断地进行调整，通过兼并得到适合经营零售的物业，由批发向零售延伸，办起了连锁超市，形成了新的核心竞争力——“批零一体”，在市场竞争中脱颖而出，企业快速发展。

尽管企业在市场竞争中取得了主动地位，但是金龙集团并没有停止调整。几年以后，金龙集团审时度势，作出两个决策：一是细分市场，做精批发业；二是通过资本运作，退出连锁超市行业，转而打造商贸综合体，在杭州庆春路发展楼宇经济，让黄金地段发挥黄金效益，实现资产价值最大化。这样做，金龙集团开拓了新的发展空间，增强了市场竞争力。近年，金龙集团又抓住杭州大力发展旅游业的契机，成功地涉足酒店业，“西湖之春”连锁经济型酒店正在壮大。

企业不断进行自我调整，培育新的核心竞争力，是否成功，取决于两个关键点：时势和自身。所谓时势，就是要审时度势，综观天下大势，了解当地形势，准确把握

发展趋势,在合适的时间做合适的事情。所谓自身,就是要一切从企业的实际出发,不妄自菲薄,不好大喜功;量力而行,确定合适的目标,尽力而为。话说起来简单,事做起来不容易。但是,这应该是一个企业经营者的自我要求。

(2009-6-11)

杭州饮服:探究中国餐饮业排头兵的“内功” >>

前些天看到搜狐网上一条关于中国餐饮业 10 强的消息,让人想不到的是杭州饮食服务集团有限公司赫然名列榜首。紧接着又有让人想不到的事情,在第十届中国美食节暨第八届国际美食博览会上,杭州饮服集团一举夺得 17 个奖项——“天堂盛宴”被评为“中国美食十大盛宴”;杭州饮服集团旗下知味观·味庄被授予“2009 中国十佳酒家”“2009 国际餐饮名店”称号;奎元馆的寿宴被评为“2009 中国金牌寿宴”、中华美食最高奖——“金鼎奖”,奎元馆还被授予“2009 国际餐饮名店”称号;“杭州酒家”的“杭州缘”婚宴被评为“2009 中国金牌婚宴”,“杭州酒家”还被授予“2009 中国十佳酒家”“2009 全国十佳婚宴接待单位”称号;杭州饮服集团被授予“中国美食节十周年突出贡献奖”;杭州知味观被授予“中国饭店业先进集体”“中国美食节十周年共同成长的餐饮业优秀品牌”;杭州饮服集团总经理戴宁被授予中国美食节十周年特别大奖——“金砖奖”、胡忠英被授予“中国美食节十周年突出贡献奖”、孟亚波被授予“2009 年度全国餐饮业劳动模范”、李建中被授予“2009 年度全国餐饮业先进工作者”。

排行榜和奖杯、奖状,以及门庭若市的餐饮名店,组成了杭州饮服集团的辉煌。我们这里要探究的是杭州饮服集团辉煌外表里面的东西——“内功”。他们靠什么成为中国餐饮业的排头兵?杭州正在打造“美食天堂”,我们太需要这方面的成功经验了。戴宁用六个字概括了杭州饮服集团的“内功”:战略、管理、团队。我对他的阐述进行了如下的文字处理。

确立战略:经营中式餐饮,投资西式快餐。战略是企业发展的方向,杭州饮服集团立足于杭州城市特点、顺应中国餐饮业发展趋势、从企业的实际出发,确立了

经营中式餐饮,投资西式快餐的战略。杭州饮服集团旗下有知味观、奎元馆、“杭州酒家”、天香楼等老字号餐饮企业,他们以此为经营中式餐饮的重点,尤其把打响老字号品牌作为经营的关键来抓。着力推广知味观,通过发展“味”字号正餐饮(味庄、味宅)、点心小吃、熟食外卖、食品工厂,使知味观形成产业链;通过连锁经营、门店直销、专项营销、网络销售,扩大了知味观多种系列产品市场覆盖面。提升其他老字号,奎元馆以经营寿宴为长、“杭州酒家”以经营婚宴为特色、天香楼以杭州传统菜翻新知名。投资西式快餐,与肯德基合作开发浙江市场,目前肯德基在浙江的门店数和经济效益均居全国第一。

创新管理:“三效”模式加信息化。厨房是餐饮企业的核心,是食品安全的核心。“前店后场”是餐饮企业的经营模式,“前店”是店堂,是面子,消费者看得见;“后场”是厨房,是里子,只有员工进出。容易产生餐饮企业重“前店”而轻“后场”。再加上传统行业的长期惯性,厨师和其他工作人员在厨房里各有操作习惯,而无操作规程,不容易长期达到高水平的卫生要求。认识到这一点,近年来餐饮行业陆续搞起了“厨房革命”,杭州饮服集团可以说是领风气之先。他们通过多年的实践,结合实际情况,形成并推广“三效管理法”(效能、效率、效益),自觉对所属餐饮老字号企业进行“厨房革命”。三效管理以构建现代企业制度为出发点,以联系的全面的观点研究人、物、事三者及其相互作用的规律,发现其中实现企业效益最佳的方法并将其规范化、制度化、标准化。“三效管理”的实质是建立餐饮业操作规程,重点在厨房,让每一个工种每一道工序都有章可循、按章操作,总共有 300 点。比如,厨房里包括菜刀、砧板在内的各种烹饪器具都是根据用途加以区分的,并且都有清楚的标签或标志;暂存食物的冰柜柜门上则贴着物品名称、温度、责任人等信息,一一对应且一目了然,整洁有序。管理要求的高低决定了工作质量的高低,管理是否系统化决定了工作水平是否同质化,执行力的强弱决定了结果的优劣。“三效管理”将现代管理理念导入餐饮行业、导入厨房,使厨房得到了科学有序的管理,卫生状况、食品安全有了可靠的保障。在此基础上,杭州饮服集团全面引入 ERP 系统,实现了信息化管理,在科学管理方面又上了一个台阶。

打造团队:营造人才脱颖而出的机制。一个优秀的团队是企业发展的基础。多年来,杭州饮服集团十分重视打造团队,他们有一个“常青计划”,对人才队伍建设进行全方位长期规划。其特点:一是上下联动,多年滚动。集团和所属企业都有人才队伍建设举措,并且上下衔接,形成互动,年年有新主题。二是春秋比武,选拔人才。杭州饮服集团每年春季和秋季都要各搞一次技术比武,内容有服务人员基本功、创新菜肴等。通过比武,使人才冒尖。三是搭建平台,重点培养。对于技术比武冒尖的人才,集团提供多方面的条件进行重点培养,有名师“传帮带”、专项培训、参加全国大赛等。四是多方激励,人人参与,鼓励员工每天进步一点点。杭州饮服集团设立多系列的荣誉和物质奖励,厨师和服务员都有不同的等级、不同级差

的考评。人人都有机会参与考评,员工自己掌握自己的职业前景。在这样的氛围中,员工人人争先,整体素质不断提高。

(2009-11-18)

“五丰联合肉类”:打造中国最大的“城市冰箱” >>

也许我孤陋寡闻,觉得“城市冰箱”是个新概念。“城市冰箱”指的是副食品冷冻、交易、物流平台。市民家里的冰箱,存放的物品大部分是副食品,“城市冰箱”存放的物品也是副食品,其实就是放大的冰箱。不同点在于,“城市冰箱”是为整个城市服务的,而且还具有交易、物流等功能。因此,对于一个城市来说,“城市冰箱”功能是否完善、运转是否高效,关系到市民日常生活能否正常、“菜篮子”里的商品是否丰富。

我们十分高兴地看到,杭州五丰联合肉类有限公司正在着力打造中国最大的“城市冰箱”,为杭州千家万户提供品种更多、更新鲜、更安全的肉禽鱼等副食品。杭州五丰联合肉类有限公司的前身是杭州人人都知道的杭州肉类加工厂,在计划经济时期,它长期承担生猪检疫屠宰等工作,是杭州市场猪肉供应的主渠道。进入市场经济,肉类市场放开以后,尽管面临着充分的市场竞争,杭州五丰联合肉类有限公司在抓好企业发展的同时,仍然承担起保障肉品安全、保障市场供应、保持价格稳定等重要的社会责任。尤其是近年来在有关部门的支持下,公司运用市场的手段,使生猪定点屠宰有序化,使“放心肉”的市场覆盖面越来越大。这样的运作模式得到了国家有关部门的高度评价。

杭州五丰联合肉类有限公司总经理陈炳炎说,我们是一个杭州市民非常信任的老企业,我们不能只打自己的小算盘,而应当主动承担起更多的社会责任,我们的目标是打造中国最大的“城市冰箱”,向杭州市民提供安全的、品种更多、价格稳定的肉禽鱼等副食品。为此,公司一手抓产业链延伸,建立生猪养殖基地、集聚屠宰加工市场、扩大肉类分销业务、塑造自主品牌“联合康康”等;另外一手抓平台建设,投入4.5亿元在余杭良渚杭州农副产品物流中心内建成了10万吨冷库与冷冻

食品交易市场,300 多家经营户在这里经营肉、禽、蛋、水产、海产、腌腊、速冻食品、干果等 1000 多种商品,目前肉禽等商品供应量占杭州市场总量的 50% 以上,去年成交额达 30 亿元,成为国内规模最大、商品品种最多、成交额最高的副食品交易市场,是名副其实的中国最大的“城市冰箱”。

杭州五丰联合肉类有限公司打造中国最大的“城市冰箱”,有两点给人以启发:第一,把承担社会责任与企业发展结合起来,以企业大发展来更好地承担社会责任。食品安全是事关老百姓的大事,加强对食品生产、流通的控制,才能保障食品安全。杭州五丰联合肉类有限公司通过市场的手段,进行集约化运作,增强了对食品生产、流通的控制力,使食品安全真正有了保障。第二,企业发展应当立足主业,发挥自身的优势。杭州五丰联合肉类有限公司经营肉类几十年,既有人才优势,又有市场优势,只有把这两个优势发挥好,完善产业链,才能在主业发展的同时带动了相关产业发展,拓宽发展的空间。

(2010-2-18)

山外山:十年打造“鱼文化” >>

前些天参加一个省里的会议,餐桌上一位与会者向我打听,杭州山外山菜馆在哪里?怎么走?网上有食客说那里的“鱼头王”味道很好,过几天想约朋友一起来尝尝。他这一打听,勾起了我探究的欲望。

据了解,山外山鱼头主要是经消费者口口相传,尤其是食客的网络传播,引来众多海内外食客慕名前往杭州植物园里的这家店。

虽然曾经多次呼朋唤友去山外山吃“鱼头王”,也曾经多次陪外地客人去品尝过,那都是食客的自然行为,倒不曾去想“为什么呢?”

杭州以美食天堂闻名,就说杭州旅游产品中的杭州名菜吧,东坡肉、龙井虾仁、西湖醋鱼等,多少年来一直风头很劲。但这些响当当的旅游产品绝大多数是老祖宗留给我们的,翻翻《武林旧事》之类的古籍,上面早有记载,历经一代一代的非物质文化遗产传承,至今仍然卓有成效地发挥作用。虽然几十年来,杭州也推出过

“三十六只名菜”等，可名头很响的好像不多。作为当代人，在传承非物质文化遗产中得益的同时，是否也有责任创新，丰富杭州的美食文化，给子孙后代留点什么？由此我觉得山外山历经十年打造“鱼文化”，是非常值得称道的，至少“鱼头王”已成为了具有吸引力的杭州旅游产品。山外山十年打造“鱼文化”，可以引发我们三个方面的思考。

第一，打造具有吸引力的杭州旅游产品，贵在坚持。山外山从2001年起研制“鱼头王”，不但杭州本地人喜欢吃，而且不少海外旅行团队来到杭州点名要去山外山吃千岛湖鱼头，香港著名美食家以没有吃到这种鱼头为憾事。打出名气以后，杭州不少菜馆推出了各式各样的鱼头菜，一时“满城鱼头挂头牌”。可是，潮起潮落，几年之后，真正将“鱼头挂头牌”的只有山外山一家。历经10年，山外山成为杭州吃“鱼头”之首选。名品是要靠时间堆积出来的，市场的培育需要相当长的一个过程，需要耐心，所谓十年磨一剑，正是如此。有的旅游产品创意不能说不好，消费潜力也不能说不大，之所以做不好，恐怕还是在于没有坚持到底。水到方能渠成，没吃三天素，就想上西天，不可能成佛的。

第二，打造具有吸引力的杭州旅游产品，要不断丰富内涵。十年来“鱼头王”已有五个升级版，都是适应消费者新需求而变化的，据说山外山正在酝酿“鱼头王”的第六个升级版。十年来山外山的“鱼宴”越来越丰富，从最早的单一“鱼头王”到多变“鱼头王”，再到鱼头多吃、鱼肉多吃，又到引进并改造不同菜系的“鱼”，鱼的做法有几十种，任你选。产品的内涵不断丰富，既使消费者有怀旧感，又使消费者有新鲜感，这样的旅游产品当然就具有很强的市场吸引力。

第三，打造具有吸引力的杭州旅游产品，要坚持品质第一。山外山“鱼头王”和“鱼宴”的制作有严格的流程，原料的采购和储运、加工的过程、器皿的选择、主料和配料的科学搭配等，都有严格的规定，从而确保了产品的高品质。做产品，往往容易步入这样的误区：起步的时候对品质要求比较高，一旦产品牌子打响了，特别是供不应求的时候，降低了品质要求，可消费者不买账，辛辛苦苦打造的牌子毁于一旦。做产品，打响牌子不稀奇，难的是像山外山那样坚持保持产品的高品质。

(2011—3—28)

杭州服装集团：“一二三”战略加快自主品牌推广 >>

商场如战场，战略谋划在先；根据商战的形势，及时调整，从实际出发优化战略更重要。杭产流行女装“伊纳熙”的品牌推广品路，可以给人这些方面的启示。

今年“五一”前夕，杭州服装(集团)公司自主品牌女装“伊纳熙”又在江苏的镇江、扬州和江西的鹰潭大商场成功开出四家专柜。至此，两年多时间，“伊纳熙”这个杭州女装自主品牌已推广到14个城市的16个商场，经营业绩稳步提升。他们紧紧围绕和把握品牌建设发展过程中“提升”“突破”“优化”重点要点，积极调整发展思路，通过优化和提升产品设计、加强市场拓展力度和营销管理、突破约束瓶颈，推进战略布局的快速实施，在调整中加速自主品牌的推广。

这家公司在品牌创立之初确立了“伊纳熙”进军“一线城市大商场”的品牌营销目标。经过两年的推广，今年杭州服装(集团)公司果断调整了营销战略，正在努力实施“一二三”战略。一线城市大商场竞争十分剧烈，品牌促销成本高，对于品牌内在设计、款式、品质到外在的品牌知名度、目标客户、市场准入等太多方面显得相对稚嫩的自主创新品牌来说，往往处于品牌价值的弱势。因此，杭州服装(集团)公司及时调整市场定位和销售布局，确定了“以一线城市大商场树立品牌形象，积极谋求二、三线城市商场发展”的品牌发展战略。一方面，二、三线城市的商场销售成本相对较低；另一方面，二、三线城市可挖掘的消费潜力较大，顾客对品牌的选择范围相对更现实些，只要是款式、板型适合，品牌生存发展的空间都比较大。在一线城市、中心城市知名商场中树立“伊纳熙”旗帜，不图眼前盈利、确保稳定柜位，树好品牌形象；坚决地把实现有效销售和盈利的目标放在二、三线城市，把品牌的营销重点放在二、三线城市的商场，今年以来尽最大努力加快在二、三线城市铺建销售网络的速度的战略，目前已经初见成效。

在抓好营销战略调整的同时，杭州服装(集团)公司高度重视设计水平的提升，注重设计团队的建设、设计款式优化。针对和预测市场需求与潮流动态，确定各波段产品的主题、风格、主色系、主面料，加强由专业人员、卖场第一线的销售人员等

对定款定产的层层评审和筛选改进，力求使“伊纳熙”品牌女装更趋时尚和系列化。

创立品牌难、推广品牌难、被市场广泛接受品牌难、品牌不断发展更难等。正因为有这么多的难，不少服装企业不愿意创立自主品牌，有的即使创立了自主品牌也放弃了。杭州服装(集团)公司创立并推广自主品牌女装“伊纳熙”的路径至少可以给人两点启示：一是要正视自己的弱势，避免用自己的弱势与成熟品牌的强势正面交锋；二是及时调整自己的战略，寻求相对的市场薄弱区域，打造自己的强势，形成自己的优势，建立品牌成长的环境。在新时期，他们的做法十分有借鉴意义。

(2011—5—16)

杭州照相馆：冠名“杭州”就应该承担相应的责任 >>

在杭州，冠以“杭州”的商标、名称的企业，现在非常之少。那是计划经济的产物，搞市场经济以后，经济法律法规相匹配，以地名做商标和做企业名称，已经不可能了。在市场竞争的浪潮中，不少冠以“杭州”的商标、名称的企业被淹没了，因而，目前仍然冠以“杭州”的商标、名称的企业，可以说是历史留下的特殊痕迹。

从传播的角度看，冠以“杭州”的商标、名称的企业，地域特点非常明确，有利于市场推广，得“地利”之优势。既然沾了“杭州”的光，那么，冠以“杭州”的商标、名称的企业，是不是也有为杭州增光添彩的责任呢？

如何为杭州增光添彩？能干轰轰烈烈的大事，引来万众瞩目，固然好，但我以为踏踏实实把企业办好，能把“杭州”的牌子擦亮、能让“杭州”的企业不断发展，更有实际意义，也更切实可行。

杭州照相馆是杭州唯一的照相行业老字号，原先开在延安路与平海路交叉口，因城市建设的缘故，近 10 年来几度搬迁，去年在南宋御街再度开张。虽然几度搬迁给杭州照相馆造成很多经营困难，但是他们仍然努力承担着社会和历史赋予的责任和使命，想方设法开拓市场求发展，尤其是依托网络建立电子商务平台，闯出了一片新天地。

网络消费已发展成为现代都市人的一种生活方式，杭州照相馆充分利用这一

电子商务平台,积极有效的影响广大消费者。他们选择了 f 团和 qq 团作为合作的平台。这两个团购平台里消费者的偏好,正好符合杭州照相馆产品的定位,既稳重又不失时尚,且用户以新杭城人居多,对西湖的摄影文化有向往。杭州照相馆借助各大团购网络进行深入的调查,把网民习惯性搜索行为、访问团购网站的偏好度进行精确分析,针对这一消费群体的定位,他们以目标消费者需求特征为出发点,让产品与目标消费者进行最合适的接触。借助于网络,今年杭州照相馆的市场快速扩大。

杭州照相馆总经理陆春伟说,他们取得的进步主要得益于以下几点:一是挖掘杭照沉淀的摄影文化,结合现在年轻人的想法和需求进行产品定位和包装,把概念营销提到首位;二是全面解放思想,融入市场观念,突破瓶颈,参与市场竞争;三是盘活无形的资产,以点带面,重新树立杭照的品牌力度,把无形的价值转化为有形的经济效益和社会效益;四是把客户的需求当做自己的需求,换位思考,做好售前、售后服务,体验“一手交一手,服务跟着走”的流程,标准,细节;五是大胆尝试,大胆运用新技术新平台,发挥创作和想象力,让市场检验,让消费者拥有话语权。

(2011-9-19)

“解百”:把握六大关系求发展 >>

走过了 93 年,面对杭州商圈格局的变化,解百今后的路怎么走?

解百人信心十足——以思想的解放带动理念、思路、方法和模式的创新,把企业做强做大,在新的市场形势下焕发出新的生机和活力,得到更大的发展。

解百人务实开拓——他们正在思考如何把握六大关系求发展。第一,新与老的关系。解百要从城市化的推进过程中得到启示,从有利于企业发展的角度,综合考虑进行 A、B 楼改造的投入与产出的关系。第二,高与低的关系。针对杭州商业格局的变化,解百不能仅满足于在湖滨商圈当老大,而且要在杭州市打造“购物天堂·美食之都”的进程中担当起主力军的重任。第三,内与外的关系。面对日益激烈的市场竞争,解百首先要以内为主,最大限度地抢占杭州市场的份额,在杭州市市场巩固发展壮大;其次,以外为辅,到外地去寻找合适的发展项目。第四,租与买的

关系。对于投资方式,要考虑资本运作与商品经营的结合,考虑商业地产的增值因素,在买与租之间选择更合算的方式。第五,单与综的关系。要树立商业综合体的理念,把购物、住宿、餐饮等功能融为一体,不仅聚人气、财气,而且兼顾各项目之间效益的平衡,化解经营风险。第六,虚与实的关系。要突破空间和地域的限制,考虑实体经营与网络经营的结合,扩大销售辐射面,开发网络市场。

去年以来,解百在收购元华商城之后,着力由单一百货向购物广场转型,在推进企业战略发展、业态升级、营销创新、管理提升等方面采取了积极举措,取得较好的经营成效。有三个明显特点:

一是汇聚更多品牌,扩大消费者的购物选择。围绕“精致生活、休闲人生,打造高品质购物广场”的经营定位,解百购物广场的经营布局更加细化,通过精细化的布局使整体的经营既有特色又有机衔接,也为主业品牌的打造以及后续的发展明确方向。方向明确后,解百购物广场对各经营大类及品牌进行了精细化调整,通过品牌整合、布局调整、专柜装修、新品引进,促进经营环境、经营品质和主力品牌竞争力的提升。新元华突出青春潮流消费,在上半年打造 6000 平方米潮人运动馆、2100 平方米优衣库杭州旗舰店的基础上,相继引进 mina collection(米娜)杭州首家形象店及 TNGT、by basi、淑女屋等日韩系风格的潮流品牌,通过潮流系列活动的烘托,展现潮流集聚新姿态。新世纪彰显白领时尚女性消费,化妆首饰商场着重对珠宝区域进行调整;加大对化妆品主力品牌的推广;女装商场依托 2 至 4 楼三个楼层 12000 平方米的经营平台,在整体定位的前提下着手对商场布局 and 经营品牌进行大手笔的调整,通过品牌梳理和结构优化,淘汰和收缩部分同质化现象突出的中岛品牌,新进 LUXMAN、Sun Vina、ZADA NINE、ZCZZ 等品牌,提升边厅和次边厅的经营档次,突出品牌展示效果和品牌经营氛围,形成三个楼层之间的有机衔接,从而提升解百女装的整体形象和竞争力。AB 楼注重商务休闲男性消费。近期到新调整的 B 楼 2F 逛逛,会有焕然一新的感觉。边柜面积更大,形象突出;中岛区域虽然缩小,但空间更为通透;雷驰、利蜂等独有品牌的引进,更加体现商务休闲的风格。届时,整合后的解百男装将通过 1—3 三个楼层的呼应和互动,形成精品、商务休闲、大众消费的格局,彰显经营重心,提升聚客能力。

二是引进多元业态,购物休闲融合。现代百货是城市的橱窗,展示城市的形象,体现城市的生活品质,契合不同层次消费者的生活方式。对此,解百努力将西湖情结发挥极致,打造距西湖最近的现代百货购物广场。在主营购物的基础上,新元华开辟了近三分之一的营业面积引进了星巴克、蓝狮子书屋、酷圣石冰淇淋、三上料理、新白鹿、静博士美容养生等辅营设施。解百新世纪六楼的辅营项目已基本签约到位,3600 平方米将打造融美食、休闲、品牌折扣场于一体的场所,满堂轩、禾禄回转寿司、豪尚豪牛排馆等将相继入驻成功;马可波罗酒店争取今年年底开业。届时,整个购物广场的业态功能将日益丰富,成为满足消费者融购物、餐饮、住宿、

休闲、娱乐等功能于一体的“一站式”服务需求。

三是提高服务质量,让消费者满意。9月21日,由浙江省财贸工会、杭州市财贸旅游工会主办、杭州解百购物广场协办的“品牌服务下基层”演讲活动在解百新元华中厅举行。3名浙江省财贸系统的优秀品牌服务员,和台下解百品牌专柜的店长们分享了她们的服务理念、服务方法和服务感悟。虽然各人的经验不同,但她们用心服务、真诚奉献的服务理念却是一致的,为消费者提供亲切、周到、专业的服务,让服务对象感到满意,正是服务的真谛所在,也是对人性化服务的最好诠释。此次演讲,不仅是一次培训,也是一种传播。通过品牌服务员的传经送宝,进一步发挥品牌服务员的引领和示范作用,以点带面,提升财贸系统服务人员的整体服务素质。全国商业服务行业十佳营业员周明娟的服务经验已经成为不可多得的宝贵教材,在实际的工作中起到了积极的借鉴和示范作用。解百对“周明娟女装工作室”进行重点打造,依托系统的支持,从单纯导购向主动营销提升,精细化、专业化地做好VIP客户的维护和开发,发挥品牌服务的影响力,促进社会效益和经济效益的双提升。

目前,解百一方面在整合购物广场,实现解百A楼B楼、解百新世纪、解百新元华三幢楼宇之间的连通和互动,开发周边的物业资源,扩大本部规模,巩固解百在湖滨商圈的龙头地位;以地铁上盖物业和大型购物中心为发展方向,积极寻找合适的项目,以新项目推动企业发展;全力以赴抓好灵隐购物中心项目的装修和开业。另一方面,解百在创新盈利模式,提升盈利能力。突破单一的盈利模式,挖掘综合管理潜力,提高盈利水平;深化向购物广场业态转型,发挥解百在湖滨商圈的优势,通过业态的多样化提升盈利能力;努力缩短解百新元华的培育期,着眼于聚人气,抓好品牌、营销、服务、环境等环节,形成人流、物流、现金流的良性循环。

(2011-10-10)

“百大”:可以随时触及的幸福 >>

采访杭州百货大楼总经理韩筠玉是比较省力的,她的表述总是直接而又简洁,还有面对面传递过来的富有感染力的幸福的微笑。

“百大的定位非常清晰，是一家‘品质、亲民、适合家庭型消费’的主题百货公司。”

“百大的主力客群年龄在 35—55 岁的顾客及其家庭，所以要力争营造舒适温馨、重人情、享天伦的购物氛围和购物环境，给顾客贴心、满意的服务，向消费者传递‘幸福’的购物体验。”

近几年消费者发现百大在变，尤其是今年变化更大：加了两个新楼层（A5 和 A6 楼），增加了万余平方米的营业面积，多个楼馆全新装修亮相，引进了许多新的品牌，专柜都是最新的形象。百大对全楼业种布局和品牌组合进行了全面的调整。女装推出了全新概念，A 馆 2 楼主打青春潮流风，B 馆 2 楼主打知性优雅风，A 馆 3 楼更兼顾时尚与知性，B 馆 3 楼则主打成熟知性品质风。四个主题馆组成的女装商场营业面积达到了万余平方米。新引进了哥弟、ochirly、eva ouxiu、mindbridge、VOLL、22 OCTOBRE 等 50 多个知名品牌。男装楼层营业面积也扩大了近一倍，有了 A 馆 4 楼的商务休闲和 B 馆 4 楼都市休闲的区分。男装也引进了众多新品如 LACOSTE、NAUTICA、G2000、JEEP、LEE、LEVI'S、GXG 等都市品质商务休闲品牌。A 馆 6 楼的家电生活馆的调整中则加入了更多现代、时尚的元素，不光引进了谢菲尔德、戴尔、德龙等品牌，还在装潢方面调动了“灰、白、蓝”色调，蓝色光带和错落相间的方形顶灯，让每个身临其境的人，都能体验到现代科技带来的科技和时尚。与此同时，为了方便客人，百大还新增了直达 A 馆 6 楼的电梯，增设了“家电好参谋”等服务项目，为客人带来全新体验。A 馆 5 楼的羊毛少儿商场，也着重在软件上进行了升级。在童装区域的上行电梯口天顶设置了一处圆形墙面，邀请小朋友们涂鸦自己幸福的童年。即使在非常硬朗的 B 馆 5 楼运动休闲馆，也营造出不一样的感觉，因此有了户外区的攀岩墙。围绕家庭型消费的定位，对业种布局和品类配比做了重新定位，品牌引进上从服务于家庭购物需求出发，逐步优化、适度提档服饰类品牌，培育和加大独有品牌比例，增加了家居用品，床品家居区的梦洁、富安娜等专柜采用了目前最前沿的设计理念，力求给客人带来温馨的感觉。即将开业的餐饮辅营等，丰富以家庭购物为主的购物氛围。

在大幅度进行商品结构调整的同时，百大一如既往带给消费者家庭般的温馨体贴。在母亲节，百大发布了寻找幸福母亲留下美丽瞬间的消息，为妈妈们献上感恩礼物。许许多多子女发来了妈妈的照片，并且说出了很多平时没对妈妈说的感激之词。6 位受邀的母亲还获得了百大提供的个人写真和礼券。

在“幸福、快乐、温馨”的 54669 亲子俱乐部里，百大为会员们准备一系列快乐、有意义的亲子活动，与港龙航空共同举办的“小龙人”夏令营，情系端午经典诵读会，王星记扇艺体验之旅等，让小朋友们在一个个其乐融融的氛围中提高自己的沟通能力、表达能力、团队协作能力，增进与家长间的默契度；与此同时我们还会不定期地邀请不同学科、门类的学者专家与家长探讨关于孩子成长教育的话题。

幸福家园欢购节是百大已经做了近十年。今年的欢购节自5月中旬启动，一直延续到6月底，其间推出欢乐大抽奖、家庭节专属换购、凉鞋节、T恤节、凉席节、空调节等夏季名品节，每周三还和钱江电视台《薇薇生活家》栏目一起推出了“幸福星期三”，通过双倍积分、特享活动等方式推广星期三“小周末”的购物新概念。

近日，百大还将为消费者举办多场盛大的“赏会”：赏花——全楼全馆装饰一新的花艺、赏乐——8场新生代少儿音乐会、赏show——新品服饰秀、赏新——百大新广告语征集等。

百大从关注商品销售到关注人的需求，从关注个体到关注家庭，从关注物质的满足到关注人们精神的愉悦，从关注消费者的幸福感到关注消费者家庭的和谐。

百大这一系列的变化是十分可喜的。一家百货公司，千方百计搞好商品经营和服务是本分，如果能够在做好本分之外，再给消费者以“超值”的东西，那就是到了更高的境界了。比如，向消费者介绍健康的生活方式，为消费者举办家庭成员之间良好沟通的活动，为消费者营造表达亲人间感情的机会等。

其实，幸福不一定很复杂、高难度，大多数情况下，幸福是很简单、很微小的，如果你能够对周边“新赏、欣赏、心赏”，也许你随时都可以触及到幸福。

百大人不断改变自己，所想的、正在做的就是让您可以随时触及幸福。这是美好的愿望，同时也是很高的要求，百大人自己给自己树立了高标杆，在这个高标杆上产生新的商业理念是一种必然。努力吧，百大！

(2011-10-31)

祐康：以 20 年为起点向百年企业迈进 >>

20年前，杭州祐康食品有限公司在杭州笕桥的一个二层小楼里起步；20年后，祐康已发展成一个集科工贸一体的现代企业集团；祐康正以20年为起点向百年企业迈进。

前瞻、创新、坚持

开始时，一方面人们对冷饮的需求开始增长，市场前景看好，另一方面，上规模、有品牌的冷食企业光浙江就不在少数，市场竞争激烈。而祐康人看得更远，他们看到了“健康食品”这一人们未来的生活追求和生活方式，他们达成了“食品是可以做百年的伟大产业，更是良心行业”的共识。在进行充分的市场调查的基础上，研发出了营养型、风味型、果汁型和消暑型四大系列冷饮产品，同时开发出面点、糕点和鲜点三大系列的几十种产品，彻底改变了冷食企业夏季忙、冬季闲的现象。通过这种均衡生产，使企业效益大幅度提高，并有效拓展了冷食行业的发展空间。

战斗力很强的团队、精准的市场分析、适销对路的产品，祐康以惊人的速度开拓市场。一款“青苹果”雪糕，因创下了年销售 5000 万支的纪录，成为当时华东地区的一匹黑马。

“前瞻、创新、坚持”是祐康的经营理念。也正是祐康的前瞻性，使其在之后的发展中占得了先机，确立了在同行中的领先优势。1996 年，祐康食品集团有限公司成立，公司逐步走上了规模化、集团化的发展道路。

产业协同，资源整合

冷鲜食品从生产、上架售卖，再到消费者手中，不仅仅是一个加工的过程，而是一个集成了制造、销售、物流的供应链服务。祐康适时提出了“以商贸带制造，以制造促商贸，先工贸后物流”的产业发展路径。这是 2006 年的事情，也是这一年，祐康开始了自己的“十一五”计划，提出转型并付诸实施。

2000 年底，在电子商务最低潮的时期，祐康创办了祐康电子商务网络有限公司，将传统电话购物与现代网上购物紧密结合，依托传统产业的品牌效应、营销网络和客户群体，做大做深电子商务，产生了良好的社会 and 经济效益。今年年初，祐康花大力气对原来的宜康系统进行转型升级，将其一分为二，改造成名为“祐驿站”的便利店系统和名为“祐乐达”的社区店系统。这两头中间，用物流将它们进行连接。

2007 年 11 月，祐康集团与海宁市粤海彩印有限公司及海宁市嘉华包装有限公司正式签订合作协议，祐康集团控股“粤海·嘉华”。祐康通过注入先进的管理理念，使粤海彩印公司不断实现新的利益增长点，同时，粤海成为祐康集团健康食品产业链价值集成者的重要组成部分。

同年，祐康与统一集团合作，组建成立浙江统冠物流有限公司，高起点进入冷链物流市场，分食物流“大蛋糕”。统冠物流具备国际最先进的 VNA 低温高货位物流作业设备和移动式货架，集成了先进的仓库管理系统用无线射频为一体的讯息化物流系统，专业从事 -25°C 、 5°C 、 18°C 低温、保鲜及恒温食品的仓储、配送及现代物流讯息管理。

2009 年 5 月，祐康成功收购山东盈泰，进一步扩大食品战略版图的新坐标。在

收购山东盈泰之后,祐康不仅给予其资金上的支持,更重要的是,导入了现代企业管理制度,导入了健康的理念,进行了产业的发展规划战略,同时引进了一些比较好的有专业特长的董事会成员。

目前,祐康已形成以食品制造、食品商贸、食品物流为核心的大食品主业“一纵两横”产业发展格局。在整个协同发展中,祐康尽量往两头延升。一头往上游,往食品的生产基地、原产地延升。祐康在新疆阿克苏建立了生产基地,同时绿色有机蔬菜的生产基地也在陆续建立;一头往商流,建立自己的终端渠道,甚至配送到家。

20年来,祐康坚持以食品为核心主业,其他所有的产业都围绕“食品”这个核心。祐康也做房地产业务,也做投资,可那都是为大食品主业服务的。这也就是祐康“十二五”规划中的“一主两翼”发展模式。所谓“一主”就是大食品主业,为集团稳定可持续发展提供基础性保障,决定祐康可持续长期发展,并给两翼创造更多的机会。而“两翼”指的是集团房地产业务与投资业务,为反哺主业、继续做大做强食品主业提供强大的资源保障,最终实现集团综合实力的全面提升。

快乐工作、快乐生活、快乐成长

祐康倡导“健康快乐、协同共赢”的企业文化,提倡“快乐工作、快乐生活、快乐成长”。在祐康,员工不仅有具竞争力的薪资福利等物质需求可以得到保证,还有受尊重和平等的精神需求得到满足,更有学习提升的发展需求得到实现。今年年初,祐康将“双领先”目标(人均工资行业领先、万元工资创收行业领先)列入集团“十二五”发展规划标志性目标,提出分阶段、分层级的细化落实和实施方案,并列入各控股公司经营层 KPI 考核指标。

有些小事,对员工来说,足以让他们把祐康当做自己的第二个家。为了让员工吃上可口的饭菜,公司成立了膳食委员会;每逢职工生日、生病及春节等,员工都会收到公司的慰问卡;组织协调改造了大学生宿舍 1500 平方米,解决员工住房难问题;通过组织开展内容丰富、形式多样的文体活动、“千人百桌年夜饭”、中秋大学生联谊会等活动,营造健康向上的文化氛围等。

生产健康食品是承担最大的社会责任

“健康”是祐康的核心价值,祐康的质量观是“ $100-1=0$ ”,这个 1 就是“安全和健康”,祐康相信:无论你生产的食品多么美味、多么昂贵,如果缺少了“安全和健康”这个基础,那么,它就无法通过祐康严格的质量检测体系,就不能送到消费者手里,它就只能是零。

1997 年祐康导入 ISO9002 质量标准,2004 年祐康通过国家食品安全 HACCP 认证。而目前国内通过这项论证的食品企业为数并不多。

祐康为了保证食品安全,2006 年斥资 5 亿元,打造“透明工厂”。首先,建设透明的工厂环境,使生产车间全封闭、全隔离,人们通过参观通道可以看到祐康整个

生产过程。其次，祐康构建透明的食材采购线，于对应的生产基地定点采购，使原料可追溯；每种原料都经过严格检测，从而在原料出产地就控制了安全健康的质量。同时，完善生产过程的全程监督检测机制，让监督不只是“走过场”，而是有据可依，有据可查。

因为有了“透明工厂”这样的硬件软件保障，更因为祐康把健康的责任融入了企业的血液中，在 2008 年蔓延的食品安全危机事件中，“祐康”不仅没有卷入其中，还凭借这次行业大洗牌的良机，谋得了更大的发展。

(2012-1-30)

杭州商业大厦：重“细节” >>

杭州商业大厦坚持“创服务品牌，树精品酒店”的服务理念，做好营销细节，抓好服务细节，注重管理细节，服务质量稳步提高，宾客满意度不断上升。

做好营销细节

商业大厦把“用心销售”作为营销根本，将营销工作深入到客人的心目中，采用灵活多变的销售策略来面对市场的变化，用心做好客人的引进，接待和全程跟踪服务的各个环节。

做好“跟踪销售”，根据自身的房量和地理位置，锁定目标客户，主攻商务客户，并把杭州、上海以及省内经济发达的温州市、台州市等地区，作为重点客户来促销。通过市场细分清晰掌握了重要客源的基本情况，及时对客户进行拜访、沟通及签约工作，以特有的优势和营销手段去争取客户，建立良好合作关系。对初次来的客人，营销人员会在客人抵店前在大厅等候，协助客人办妥入住手续，带客人到房间，并主动介绍大厦及周边道路交通状况，方便客人的出行办事，退房时营销人员会及时送行，虚心听取客人意见；认真做好客户档案的整理、管理，并做到客户的“五跟”工作（即：消费动态有人跟、住房有人跟、会议有人跟、结算有人跟、征求意见有人跟），使宾客真正体会到贵宾待遇，从而对酒店留下良好印象，达到口传营销的效果。

注重“补位销售”，随着客源情况的调整，积极寻找新客源，把扩展会议销售作为销售目标的一个重要部分，有针对性地对医药类会议和服饰订货会做主要跟踪，得到了会务客人的好评，会议接待量逐年递增，对客房销售起到了很好的补充作用。

在做好商务协议客户的同时，还根据旅游市场信息化的形势，着重于网络销售。很多旅游客人出行时都会预先委托订房中心订房，包括一些大公司也把自己的差旅工作交给订房中心来操作。大厦一直与几家客源量较大的订房中心保持良好的合作关系，为保持销售市场的平衡，酒店特别注重协议客人与订房中心客人的用房量调控，做到合理分配，并采取多种形式与各订房中心加强联系，几乎每月都在订房中心网站上推出各类活动吸引客户，长期和谐的合作使订房中心的客源量较为稳定。

抓好服务细节

商业大厦在服务中坚持从客人的角度、用客人的眼光来看待问题、解决问题，努力使细节服务更加完美，更具有亲情，为住店客人营造“家”的感觉。

通过销售人员、大堂副理、总台员工对客户进行手机短信问候和面对面的回访，建立客户的信息档案，了解客户需要什么，我们应该提供什么，来引导客户消费，推动服务品质的不断提升。总台员工、客房服务员能记住常住客人的姓名、称呼以及生活习性，使老顾客在感受到新服务的同时获得最大的尊重。台湾客人张女士，第一次入住商务套房使用过外间的洗浴间，在她再次入住时，惊喜地发现需用的浴袍等用品已根据她的习惯放在外间的洗浴间。上海客人王先生看完书随手放在床头，等他从外面回来时发现书已放整齐并夹好了书签。香港客人外出一周后回大厦，发现他的车辆已被套上了车罩，有效防止了积灰。黄先生是大厦开张时的老客了，两年后重新入住时，服务员居然还记得他每天必看英文报纸的习惯，并将电视频道调到英文台，使他大为感动。

根据客人的物质性的需求差别和心理性的需求差别来分别满足、做好对特殊客人的细致服务，如：“残疾人服务”——行动不便，自理能力差，给予特殊照料；“醉客服务”——既要耐心、周到，还要注意安全；“病客服务”——遇住客生病，服务员给予特殊关照，体现出关怀和乐于助人的态度；对全家出行的客人推荐入住家庭房；对进入大堂的老人及时提醒搀扶；对儿童及时送上儿童读物，并积极利用温馨服务卡，让客人真正体会到个性化的服务，关注客人，满足客人的服务要求，让客人享受到愉悦的服务，赢得更多的回头客。

注重管理细节

大厦提倡创造性地为宾客解决服务质量问题，提高员工随机应变能力，要求员工学会换位思考设身处地地为宾客着想，使员工在对宾客的服务中体现出更加细心、周到，并将“人情服务”作为规范化和标准化服务的补充和延伸。在服务中，将

客人当作“挚朋亲友”，要求服务人员不仅了解掌握顾客的生活习好，且能及时了解顾客对酒店的建议和要求，便于酒店经营管理角度的调整，从而达到双赢的目的，大大增加了忠诚客户——“回头客”。

为满足客人对高效服务的需求，大厦除了平时加强对员工的业务培训外，还每年开展“中式铺床”“总台接待”“综合维修”等岗位技术比武，并对比赛情况进行总结分析，将接待技巧及业务技能运用到对客服务中，获奖选手在日常工作中能起传、帮、带的作用，确保客人能得到高品质服务的同时也促进综合服务品质的不断提升，并对各岗位的操作速率作出严格要求，如：入住接待时间、退房时间、客房清扫时间都有明确要求，使老顾客在感受到新服务的同时获得最大的尊重，提升了客人对酒店产品的忠诚度。对新顾客实行温馨带房服务，加强宣传大厦的功能特色，突出大厦的地理位置优越、客房的舒适、服务的规范化和个性化，适应各种类型客人的需求，为客人提供一个物超所值的服务，创建实时动态的客户数据库，根据客户喜好和预订习惯，为客人预留客房；对信誉度高的客户，实行免查房制度，较好地满足了客人对快捷的需求。

(2012-10-8)

“五洋”：集群化大服务 >>

从单体酒店发展为集宾馆、家政、旅行社、特色酒店连锁的服务综合体，从年营收 2000 多万跃升年营收近 2 个亿，从 200 多名员工壮大到近 3000 多名员工团队，从面积仅 2 万多平方米的有限空间拓展到走出杭城向温州、绍兴等地区有关行业提供多元服务。近几年来，五洋宾馆创新理念，脚踏实地，稳健前行，形成了集群化大服务的可持续发展格局。

输出服务，扩展产业

几年前，正当杭城各大宾馆如雨后春笋般勃发，群雄逐鹿争夺市场的一杯羹时，五洋瞄准了公共服务的潜力市场，以输出宾馆高星级品牌服务的无形资产，大力发展保洁、物管、家政、配送等各行业和市民迫切需求的社会化服务，通过几年的

探索磨练,做大做强,如今,以“五洋家政”为商标的由五洋宾馆派生的公共服务已唱响杭城,并且向温州、绍兴等地区扩展,服务遍布医卫、金融、机关、学校、房产、烟草、交通运输等行业,业务涉及餐饮、酒店、绿化、物管、工厂辅助工等。近年来还向大规模高端物业进军,承揽2万多平方米以上的高端化物业服务已不少10余家,成为浙江省家政业和社会化后勤服务的品牌龙头企业,预计2013年年营收将达2亿元。

错位经营,携手共赢

2008年,针对金融海啸扑面而来的危机和饭店市场低迷形势,五洋在危机中找商机,错位经营,以开辟实用、快捷、方便的经济型酒店为蹊径,发展经济型酒店连锁经营。三年多来,五洋的经济型酒店以“五洋之星”为标志,通过加盟、合作、投资等运作,成功打造了五洋之星建国店、新华店、凤起店等经济型快捷酒店,实现经营绩效和企业发展的双丰收。伴随市场脚步,在经济型快捷酒店迅速发展的同时,五洋又细分目标市场,发展满足不同需求的特色主题酒店,其中位于杭城南宋御街太庙遗址公园旁的五洋客栈,以青砖白瓦庭院幽幽的南宋历史文化氛围显现了集历史人文与时尚元素为一体的精品特色,备受客人青睐,为五洋继续拓展杭州市井文化和民居民宿为主题的特色酒店树立了标杆。今后几年,“五洋之星”将分层为“五洋商务”“五洋客栈”“五洋快捷”酒店,客源分别定位为商务人士、小资游客和经济型人群,实现“五洋之星”的星罗棋布。

2008年下半年,根据上级集团公司的要求,五洋宾馆与杭州招商国际旅游公司进行整合,五洋宾馆积极探索,通过“宾馆+旅行社”的经营模式,使二者的资源和优势得到充分的互补和发挥,有力促进宾馆客房率的提升和旅行社经营业绩和社会化效益的增长,产生 $1+1>2$ 的效应。招商国旅每年承办的“中日韩三国青年西湖徒步大会”成为杭州市的一张金名片。

精品精致,提升品质

五洋在多年的经营实践中深深明白,四星级宾馆本业是五洋发展的基石和根底,根深才能枝繁叶茂。因此,打造城市型的精品商务酒店,不断提升服务品质,为客人创造满意加惊喜的服务,始终是五洋宾馆本部的奋斗目标。

近年来,宾馆本部通过外立面、大堂、西餐厅、自助餐厅、客房、会议中心等装修改造,通过VI视觉系统的精心设计和运用,通过宾馆环艺软装深化设计,进一步提升宾馆本部硬件的品位和格调。

同时,宾馆本部通过员工职业技能大比拼,通过举办督导训练营,通过不同主题的分层培训,通过《质检培训办法》的实施,通过金钥匙理念的灌输,通过服务质量提升年,通过导入ISO质量认证等全方位不间断的员工服务素质提升活动,打造出能向宾客提供规范化、个性化、精细化、惊喜化服务的优秀团队,从2006年到2011年度,宾馆本部连续6年被评为“杭州市十佳星级饭店”。

创新促进五洋物质文明的持续发展,也促进五洋精神文明的硕果累累。五洋在创新发展中积淀了“追求多赢、共同发展”的企业使命,“打造集群化的现代服务业综合体”的愿景,“谦恭、诚信、感恩、负责、合作、创新”的核心价值观,倡导“以宾客为中心”的服务文化,“没有满意的员工就没有满意的客人”等多个理念和制度规范模式组成的具有五洋特色的企业文化。在创新发展中五洋健全和完善现代化的企业管理体系,在五洋统一的企业文化、统一的经营理念、统一的奋斗目标等综合体框架下,五洋各成员单位各业态按照各自的特点完善规章和考核办法及薪酬激励,既促进各业态主体发展,又发挥多业态整体优势,相互促进,取长补短,激发各种经营要素活跃,从而开拓更大的发展空间。创新发展也培养和锻炼了五洋的管理团队,五洋现有3位中高层管理人员兼任院校饭店管理客座教授,有2位浙江省旅游局的星评员,有国际注册饭店培训师1名,杭州市饭店服务质量金牌质检员1名,4名“金钥匙”管理人员。五洋还积极创办“家政学校”,五洋家政学校被命名为“杭州市民大学商贸分院教学点”。

创新发展使五洋获中国百家诚信示范企业,全国万家联盟诚信单位、浙江省著名商标、浙江省优秀品质饭店、杭州市创先争优先进基层党组织、杭州市商贸特色服务品牌单位、杭州市健康单位、杭州市安全生产标准化示范企业等诸多荣誉。

脚踏实地,稳健前行

现在回过头去看,市场风云,变幻无穷,可以体味到很多东西。曾经,有多少做企业的,豪情万丈,叱咤风云,大手笔展宏图,大力度掀潮头,天马行空般腾跃,以为能够改变世界,事实上,他们的“伟业”大部分被市场的巨浪吞没了。用“固一时之雄,而今安在哉?”这句话绝没有讥诮的意思,只是觉得惋惜。有很多企业,起步早,事业基础也不错,原本可以有持续的发展,却总想走捷径,总想不遵守“交通规则”去“弯道超车”,总想着跨越前行,恨不得一口吃成个胖子,恨不得小树苗一夜长成参天大树,哪能呢!或许会得一时之逞,但终归要跌跟斗的,因为市场法则是客观真理,不遵循不行。倒是那些脚踏实地的企业,一步一步稳健前行,当年虽不被十分看好,现在却越来越好,很有可能将来会更加的好。五洋就是其中突出的一例。做企业就该像五洋那样,迈步稳,不停步,年年有进步。

(2012-10-15)

“印象西湖”：借船出海与衍生发展 >>

2004年，杭州市委市政府决定打造一张文化演艺金名片——大型实景演出“印象西湖”，不仅要让无数中外游客深入领会西湖之内涵，更要助力杭州旅游经济发展。8年过去了，在经历了不断的打磨提升后，“印象西湖”已然成为杭州夜西湖的最美，以千年的故事、独特的风格与雅俗共赏的品味不仅让游客在一小时之内深入领会杭州西湖的精华与内涵，而且牢牢留住客人“多住一夜”，进而带动了旅游综合服务，实现了这个项目创办的初衷。

“借船出海”，吸引海外客人

某国内知名媒体曾经“境外游客在杭包场看‘印象西湖’，平均在杭住3天每天花200多美元”为题，进行了深入的报道，认为“印象西湖”让游客有了“在杭州住下”的一个理由。自2007年开演以来，前来观看的境外客人占到了总游客数量的40%以上，这在演艺行业是一个遥遥领先的占比，同时也是“印象西湖”的特点之一。

如何提升“印象西湖”在境外的知名度？借助境外媒体，“借船出海”，事半功倍。开演以来，公司积极与很多世界各地的知名媒体联络，组织多次大型采访活动，争取境外媒体对“印象西湖”进行全方位、多角度的报道。新加坡《联合早报》、美国纽约《侨报》、荷兰BNN电视台、俄罗斯国家电视台、英国BBC、韩国KBS、韩国MBC、法国费加罗杂志等做了大量的报道。欧洲第十大国际电视台“英国旅游频道”(Travel channel)摄制组来杭拍摄旅游纪录片，还特别采用了“印象西湖”片段及背景音乐为该节目正式播出内容。随着“印象西湖”影响力的不断扩大，不仅前来观赏演出的海外游客不断增多，而且海外知名人士也纷纷慕名而来，新加坡总理李显龙、韩国前副总理赵纯、巴西前总统一行、曾获27个格莱美奖的美国音乐巨子昆西琼斯、斯洛伐克最高法院院长、联合国副秘书长贝楠等都来杭州观赏演出。

亚太旅游权威机构PATA组织副主席伯格·沃比克(Bert Walbeek)说，以一个西方人的眼光来看中国，中国就意味着熊猫、长城、兵马俑。因此，来中国旅游会

选择北京、西安、云南。至于杭州,几乎没有概念。但是看了“印象西湖”后,非常喜欢,这种喜欢导致他对杭州有了很好的感觉。这是一个非常成功的推介杭州的案例——选择类似“印象西湖”这样的亮点来吸引客人,来推出杭州,是非常合适也是非常有效的途径之一。

积极开拓衍生产品,增厚品牌价值

“印象西湖”深受境外市场的熟悉与喜爱,从某种意义上来说,就是“印象西湖”这一品牌推广的成功,但这一品牌由于受到空间、时间的限制,无法也不可能进行单纯性的复制与连锁,因此在如何增厚品牌价值时,“印象西湖”自然而然地将目光投向了衍生产品。好的艺术衍生品,一定要充分利用当地或者项目本身的元素,这样才能确保其独特性,高品质的艺术衍生品反过来又可以创造极大的盈利从而促进艺术项目本身的发展。国外很多产品、项目特别是一些知名博物馆在这些方面是有着很成功的范例,值得学习和借鉴。公司在进行了充分的市场研究后,推出了“印象西湖”原声音乐大碟套装(内含原声音乐碟及西湖传统爱情故事的个性邮票)等多款衍生产品。同时与国内一流设计团队战略合作,推出了一批具有极强文化意味、设计新颖、制作精良的衍生产品,深受观众喜爱。特别是原声音乐大碟套装,特别受到市场尤其是境外人士的喜爱,还获得了杭州市“衍生产品创新奖”。而这些衍生产品在被客人收藏、展示、赠送的同时,“印象西湖”又一次次地被宣传与流传,对项目本身不断起到了强有力的推广。

杭州印象西湖文化发展公司总经理金朋说,“印象西湖”在衍生产品的发展上还刚起步,但我们有信心把这块市场做大做强。要改变目前普遍存在的“旅游纪念品大同小异”的贴牌式做法,借用专业团队,以“认真做事业”的心态,精心设计、精心制作,让衍生产品既有着主项目不可断开的内涵联系,同时又能有丰富独立的自身价值,这样才能相得益彰,真正提高印象西湖的品牌价值。

(2012—10—22)



审时度势：放眼经济发展大局，透过现象把握本质。

探寻规律：摸索经济律动脉络，提供决策咨询方略。

——读司马一民新作《解读经济密码》有感
黄健（浙江大学教授、博导）

司马一民的经济评论文章两个特点：一是视野开阔，融会贯通。大到国内外经济现象，小至实体经济、餐饮服务，无不涉猎。由大到小，以小见大，总能够给人启迪，引人深思。二是短小精悍，言简意赅。评到精要之处，论在关键部位；笔锋犀利，画龙点睛，一口气读来，使人备感舒畅痛快，深受业界人士和读者喜爱。

唐代剑（浙江工商大学教授、博导）

什么是经济？不同的人对之有不同的诠释。而我们从司马一民的文章中可以感受到，“经济”不都是悬空的高深理论，它切切实实存在于我们身边，与我们的日常生活息息相关。所以，即使你不是专业人士，是一名普通读者，读了司马一民的文章，也会得到启示。

单东（浙江财经学院教授、中央财经大学博导）

上架建议：经济类

ISBN 978-7-81140



9 787811 406924 >

定价：30.00元